



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

O IMPACTO DO INSTAGRAM NO
FOTOJORNALISMO ATUAL

THAÍS DE MORAIS VIEIRA

RIO DE JANEIRO

2016

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

**O IMPACTO DO INSTAGRAM NO
FOTOJORNALISMO ATUAL**

Monografia submetida à Banca de Graduação como
requisito para obtenção do diploma de
Comunicação Social/ Jornalismo.

THAÍS DE MORAIS VIEIRA

Orientadora: Profa. Dra. Katia Augusta Maciel

RIO DE JANEIRO

2016

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **O Impacto do Instagram no Fotojornalismo Atual**, elaborada por Thaís de Moraes Vieira.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia/...../.....

Comissão Examinadora:

Orientadora: Prof^ª. Dra. Katia Augusta Maciel
PhD em Cinema pela University of Southampton
Departamento de Comunicação - UFRJ

Profa. Victa de Carvalho
Doutora em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ
Departamento de Comunicação -. UFRJ

Profa. Cristina Rego Monteiro da Luz
Doutora em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ
Departamento de Comunicação – UFRJ

RIO DE JANEIRO

2016

FICHA CATALOGRÁFICA

VIEIRA, Thaís de Moraes.

O Impacto do Instagram no Fotojornalismo Atual. Rio de Janeiro, 2016.

Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) –
Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação
– ECO.

Orientadora: Katia Augusta Maciel

VIEIRA, Thaís de Moraes. **O Impacto do Instagram no Fotojornalismo Atual.**
Orientadora: Katia Augusta Maciel. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em
Jornalismo.

RESUMO

Este trabalho adota o Instagram como estudo de caso para analisar como esta rede social em particular está impactando o fotojornalismo. Analisamos aqui alguns aspectos do desenvolvimento do fotojornalismo desde o seu início, passando pela introdução da fotografia digital, até o momento atual, com a chegada dos aparelhos celulares fazendo frente a câmeras profissionais de alto valor. O fotojornalismo é o ponto central do debate, especialmente pela perspectiva de como, atualmente, tem se apropriado da rede social Instagram. A partir de fotojornalistas de renome e novos fotógrafos surgindo através da rede social, pode-se dizer que existe um fluxo de imagens de alta qualidade dentro do Instagram que merece um olhar mais atento. O que este trabalho pretende é analisar alguns desses movimentos dentro da rede social e entender como estão alterando os rumos do fotojornalismo nos dias atuais.

Palavras-chave: fotografia; redes sociais; instagram; fotojornalismo

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais pelo amor e apoio incondicional que me mostram todos os dias. Obrigada por sempre acreditarem em mim.

Ao meu irmão, o primeiro amigo que fiz, por todos os anos de companheirismo.

À Escola de Comunicação, que me permitiu ter contato com pessoas tão brilhantes, entre professores e alunos, e que me fez ver o mundo com outros olhos.

Aos amigos que fiz na Eco, nos corredores, nas choppadas e nas aulas.

À minha orientadora Katia, que acreditou neste projeto desde o início.

À Victa e Cristina, pela atenção e disponibilidade para fazer parte da minha banca.

À inesquecível EC3, que fez desses anos na Eco um período de amadurecimento, aprendizado, mas também de muita risada e alegria. Aos meus companheiros dentro e fora de sala, obrigada por todos as noites na Lapa, pelas festas juninas e amigos-ocultos. Foram anos incríveis e mal posso esperar pelos que ainda virão.

Aos meus amigos do Intercâmbio, que compartilharam, o que foi até hoje, o momento mais incrível da minha vida. Vocês se tornaram minha família em Londres e apesar da distância, a amizade sempre será a mesma.

A Kevin Systron e Mike Friege, criadores do Instagram, que tornaram possível esta pesquisa, e que mostram a importância da criatividade e de acreditar no valor de uma ideia.

Aos fotógrafos entrevistados, que mesmo com rotinas tão corridas, se interessaram por este tema e deram seus depoimentos que ajudaram a moldar este trabalho.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

| | |
|--|----|
| Figura 1: Exemplo de um perfil no Instagram e uma foto compartilhada..... | 19 |
| Figura 2: Fotos compartilhadas no Instagram por Michael Christopher Brown..... | 40 |
| Figura 3: Fotos compartilhadas no Instagram por Steven McCurry..... | 41 |
| Figura 4: Capas de algumas edições da revista..... | 44 |
| Figura 5: Fotos compartilhadas no Instagram por Renato Stockler..... | 47 |
| Figura 6: Diversas capas da revista TIME..... | 51 |
| Figura 7: Imagem com a foto no Instagram e a capa da TIME..... | 54 |
| Figura 8: Capa da TIME com a foto de Devin Allen..... | 56 |

SUMÁRIO

| | |
|--|----|
| 1. INTRODUÇÃO | 9 |
| 2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS | 11 |
| 3. REDES SOCIAIS E ANÁLISE DO INSTAGRAM | 13 |
| 3.1 As redes sociais digitais | 13 |
| 3.2 Surgimento e contextualização do Instagram | 17 |
| 3.3 Análise do Instagram e seus diferentes usos | 21 |
| 3.4 Participação dos usuários: a fotografia na era da internet | 25 |
| 4. FOTOJORNALISMO NA ERA DO INSTAGRAM | 30 |
| 4.1 O que é o fotojornalismo? | 30 |
| 4.2 Fotojornalismo na era das câmeras digitais | 33 |
| 4.3 Fotografia e as redes sociais | 37 |
| 4.4 Fotojornalistas no Instagram | 38 |
| 4.5 <i>Mobile photography</i> e os fotógrafos de Instagram | 43 |
| 5. ESTUDO DE CASO DA REVISTA <i>TIME</i> NO INSTAGRAM | 51 |
| 6. CONCLUSÃO | 59 |
| REFERÊNCIAS | 62 |
| APÊNDICES | 64 |
| APÊNDICE 1 | 64 |
| APÊNDICE 2 | 65 |
| APÊNDICE 3 | 67 |
| APÊNDICE 4 | 68 |
| APÊNDICE 5 | 69 |
| APÊNDICE 6 | 69 |
| APÊNDICE 7 | 73 |
| APÊNDICE 8 | 74 |

1. INTRODUÇÃO

Esta pesquisa tem como temática central o fotojornalismo na era do Instagram, no momento em que revistas impressas passam a usar o aplicativo para divulgar seu material, perfis de fotojornalistas ganham popularidade e uma nova leva de fotógrafos surge de dentro do aplicativo.

O processo de invenção dessa nossa forma de vida sempre conectada, se deu de maneira muito rápida, e neste trabalho pretendemos analisar de que maneira o Instagram vem afetando o fotojornalismo enquanto especialização. Para isso, usaremos como base a análise de dois tipos de perfis de fotógrafos, os fotojornalistas profissionais que aderiram a rede social e os fotógrafos que viraram profissionais após terem sucesso no aplicativo. Além disso, também é necessário entender como funciona a difusão de informação através de imagens, no aplicativo, o que será melhor exemplificado a partir da análise de meios de comunicação tradicionais, como revistas, que fazem grande uso Instagram como um canal de comunicação com o seus leitores.

A trabalho busca inicialmente, debater alguns aspectos acerca de como se deu o surgimento das novas mídias e como elas alteraram o nosso dia-a-dia e também a forma de se fazer e consumir fotografia. É importante analisar quais são as características presentes nas redes sociais que permitiram o desenvolvimento do fotojornalismo no Instagram.

O passo seguinte, é entender a importância da imagem nas redes sociais e porque ela é capaz de alterar formas tradicionais de difusão de informação. Para tanto, é necessário abordar também a participação dos usuários na mídia. Esta possibilidade de interação entre as redações de jornais e seus leitores e espectadores, fez com que a forma de transmitir e consumir informação fosse reinventada. Com o desenvolvimento da internet, usuários passaram a poder influir no jornal, seja através de envio de fotos e vídeos ou por texto. O jornalismo evoluiu e vem sendo muito modificado por novas mídias, e como era de se esperar, a fotografia e, em especial, o fotojornalismo também.

Essa nova capacidade de produção de imagens, que se tornou acessível a qualquer pessoa com um *smartphone*, causou um grande impacto na forma de interação entre as pessoas. Aplicativos como o Instagram, Snapchat e Hipstamatic surgiram para consolidar uma nova forma de se comunicar, através do compartilhamento de fotos. Se antes tínhamos que esperar pelo tratamento de imagens, até a sua publicação, o Instagram surgiu para

facilitar esse processo, com mais de 40 bilhões de fotos já postadas¹. Dessa forma, é possível ver como o Instagram rapidamente penetrou no dia-a-dia das pessoas e foi consolidando sua presença, e por esse caminho, será mostrado como a fotojornalismo não escapou dessa espécie de revolução na fotografia.

Com a popularidade do aplicativo de compartilhamento de imagens aliada aos avanços tecnológicos em celulares, agora com câmeras de alta resolução e o surgimento de diversos aplicativos de edição, fotografar se tornou acessível a muitas pessoas. Qualquer indivíduo munido de um smartphone se torna apto a divulgar informações, fazendo com que meios de comunicação tradicionais não apenas aceitem a colaboração de amadores, como de fato incentivem o envio de imagens para as suas redações.

Uma vez que os fotojornalistas profissionais não podem estar em todos os lugares ao mesmo tempo, os amadores se tornam a voz das ruas. As notícias dependem da velocidade, e com o avanço da internet, é possível que uma pessoa comum fotografe um evento e esta foto se torne notícia. Neste caso, a foto será divulgada pois o valor notícia supera a falta de qualidade técnica da imagem.

O fotojornalismo se encontra em uma posição única em sua história, pois se tornou popular, mas disputa espaço com amadores. O fotojornalista profissional não se encontra sozinho na tarefa de informar através de imagens, mas será aquele que detém a qualidade técnica, pois produzir imagens informativas significa contar uma história, compreender e explicar o evento fotografado.

Para que pudéssemos entender o ponto de vista daqueles que são os atores centrais desse debate, entrevistamos 8 fotógrafos, que se dividem entre fotojornalistas de veículos tradicionais, fotógrafos de Instagram, fotógrafos *mobile* e alguns que trabalham de variadas formas e em diferentes meios.

Uma vez construído o panorama do fotojornalismo atual, usamos a revista americana Time como estudo caso para este trabalho, pois é responsável pelo perfil que melhor representa esta incursão do fotojornalismo no Instagram. A Time demonstra em diversas situações a importância dada por ela ao fotojornalismo, como a cobertura do Furacão Sandy ou dos protestos em Baltimore, casos que serão apresentados aqui. Neste último capítulo, buscamos através deste caso, demonstrar como o surgimento do Instagram impactou o fotojornalismo.

¹ Informação encontrada em <https://www.instagram.com/press/>. Acesso em 21 de janeiro de 2016

2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Em busca da melhor maneira para ilustrar a discussão teórica e colocar em experimentação as questões levantadas sobre a incursão do fotojornalismo no aplicativo Instagram, escolhemos o caminho da netnografia, definida como a “prática online da etnografia”² (KOZINETTS, 2006, p. 279) . Através deste método interpretativo e investigativo que analisa o comportamento cultural e de comunidades on-line aliado à entrevistas com fotojornalistas ligados diretamente ao tema central desta pesquisa, foi possível analisar melhor de que forma o fotojornalismo evolui através da sua apropriação do Instagram.

Assim, a proposta é combinar a análise dos discursos – entrevistas, fotos e textos de fotojornalistas– ao contexto em que a pesquisa se insere, na evolução do fotojornalismo e das redes sociais digitais – como é demonstrado em nosso referencial teórico. O prolongamento da análise para além do discurso é fundamental para o nosso estudo, pois não isola o contexto *online* e o engloba na relação com o cenário *offline*, de contexto histórico do objeto de análise, sua respectiva influência na profissão do fotojornalista, e na sociedade.

Nesse sentido, buscamos relacionar as mudanças que o fotojornalismo sofreu com o passar dos anos, das câmeras analógicas, passando pelas digitais até chegar no momento de hoje, com fotógrafos profissionais utilizando celulares para produzir imagens. Um vez analisado o novo perfil do fotojornalista, a pesquisa buscou entender de que forma se deu a sua entrada no aplicativo Instagram, o que justificaria essa incursão e quais as consequências tanto para o aplicativo como para o fotojornalismo em si.

Para isso, o primeiro passo foi verificar e explorar o contexto em que o aplicativo se coloca por meio de uma pesquisa bibliográfica baseada na Internet e em autores teóricos, a partir de um debate teórico-conceitual focado em duas bases: a evolução do fotojornalismo no meio digital da sociedade cibercultural e as mudanças trazidas pelas redes sociais na Internet, especificamente o Instagram. Na Internet, pano de fundo de nosso estudo, podemos constatar de perto a relevância do assunto e perceber as possíveis manifestações plurais da fotografia. Já a teoria, oferece uma base sólida para argumentação

² Tradução da autora para “netnography—the online practice of anthropology”

e levantamento de hipóteses para refletirmos sobre a questão, e entender a articulação no recorte abordado.

Em seguida, o processo envolveu pesquisar e analisar diversos perfis de fotógrafos profissionais para selecionar aqueles que melhor representassem as questões abordadas. Para isso, buscamos auxílio em revistas focadas em fotografia, como o *British Journal of Photography*, *Mobiography* e *National Geographic*, publicações que já vinham analisando a questão do impacto do Instagram na fotografia moderna. Uma vez selecionado os perfis, foi possível através de comparações de semelhanças e diferenças entre eles, entender como o movimento do fotojornalismo evolui dentro da rede social, possibilitando o surgimento de novos fotógrafos e reconfigurando os padrões da profissão de fotojornalista.

O próximo passo da pesquisa foi, então, falar com alguns dos personagens envolvidos diretamente na questão que este trabalho se propôs a estudar. Entrevistamos fotojornalistas profissionais como Pedro Martinelli e Tuca Reinés, e também profissionais de outras áreas que descobriram a arte de fotografar através do Instagram e decidiram mudar de carreira, como foi o caso de Chloé Catalano. Todos foram escolhidos a partir dos critérios de popularidade no Instagram e reconhecimento fora da rede, como destaque em meios tradicionais, prêmios que ganharam ou exposições que fizeram. As entrevistas foram de extrema importância para esta pesquisa pois nos permitiram entender a visão dos atores dentro da rede, ou seja, os profissionais que fazem com que o movimento do fotojornalismo dentro do Instagram de fato exista. Por ser um tema ainda pouco explorado, a ponto de vista desses fotógrafos ajudou a moldar a nossa interpretação da questão proposta e a responder pergunta sobre como o fotojornalismo foi impactado com o surgimento e popularização da rede social Instagram.

Importante ressaltar, porém, que o estudo encontra limitações. Tratando-se de um cenário extremamente fugaz como a internet, não há como garantir que a análise da influência do Instagram se mantenha a mesma. É possível que este trabalho passe pela mesma situação de projetos baseando em redes sociais como o Orkut e Fotologs, que foram populares por um período mas que com o tempo caíram em desuso. No entanto, isto não tira a credibilidade ou importância do estudo, visto que a fotografia está em constante evolução, junto à sociedade. O Instagram é somente o meio digital envolvido no desdobramento da questão neste momento. A vontade de reinventar-se se encarregará de criar outra ferramenta que lhe dê novas possibilidades.

3. REDES SOCIAIS E ANÁLISE DO INSTAGRAM

Neste capítulo vamos analisar o surgimento das redes sociais digitais e quais são as propriedades inerentes à elas que possibilitam a criação de um ambiente fértil para a fotografia. Em especial, vamos abordar o caso do Instagram, uma rede de compartilhamento instantâneo de imagens que vem atraindo cada vez mais a atenção de fotojornalistas e veículos tradicionais especializados em fotografia. Aqui, explicamos o surgimento do Instagram e de que forma ele foi também se modificando para se adaptar às mudanças advindas de diferentes usos não programados no seu lançamento.

Por fim, chegaremos no último tópico deste capítulo analisando a questão da fotografia como forma de participação do público em meios tradicionais de divulgação de notícias. Explicaremos como o desenvolvimento tecnológico de câmeras digitais e *smartphones* possibilitou a pessoas sem treinamento em fotografia se tornarem fotógrafos em potencial, a partir do momento que presenciam acontecimentos com teor jornalístico, no seu dia-a-dia.

3.1 As redes sociais digitais

Com o surgimento das novas tecnologias, em especial da Internet, as formas de conexão e relação entre os indivíduos, assim como as formas de enxergar e interpretar o mundo ganharam novos contornos. A comunicação tornou-se também mediada pelos computadores, trazendo as redes sociais para o ambiente digital com oferta de novos formatos de expressão (RECUERO, 2009). Estas novas configurações têm provocado consequências no que diz respeito ao processo de comunicação, à difusão de informações e aos efeitos que elas têm para os indivíduos e para a sociedade em que elas se inserem. Sendo possível conquistar o seu lugar no ciberespaço, as pessoas hoje se encontram em uma posição única de detenção de recursos técnicos que lhes permitem criar e se reinventar nessas redes.

Plataformas de compartilhamento de fotos e vídeos com Instagram e Youtube, comunidades virtuais como Facebook e Twitter, e aplicativos de mensagens como Whatsapp e Viber, capitaneiam a constante evolução da internet. No caso específico do Instagram, objeto de estudo dessa pesquisa, quando combinado com recursos tecnológicos acessíveis, proporciona um espaço de criação com diversas possibilidades para fotografia,

oferecendo aos indivíduos ferramentas que permitem fazer belas imagens, complexificando o que significa ser fotógrafo. Assim, a definição de fotógrafo está mais abrangente, pois este pode usar câmeras profissionais ou apenas fotografar com o celular, pode trabalhar para veículos impressos, pode alimentar perfis online de grandes veículos ou ser independente, fotografando e compartilhando imagens no seu próprio perfil.

Aqui vamos usar como referência as ideias de Recuero (2009), para definir e analisar as redes sociais, pois é através delas que surgem novas formas de criar e expor a fotografia, impactando também o fotojornalismo. A autora define rede social a partir de dois elementos: atores (pessoas ou grupos) e conexões (interações ou laços sociais). Tendo em vista que o nosso objetivo é entender a difusão de informações através da imagem, vamos analisar quais características de ambos os elementos contribuíram para que a internet se tornasse tão importante para o jornalismo e, em especial, o fotojornalismo.

De acordo com Recuero (2009), os atores são o primeiro elemento de uma rede social. São as pessoas responsáveis por moldar as estruturas sociais, por meio das interações e dos laços sociais. Eles detêm a capacidade de apropriação individual dentro do espaço online, que ocorre quando cada usuário tende a interagir dentro da rede online, construindo a imagem que deseja e ganhando a visibilidade permitida por esse tipo de interação. O que vemos no caso do Instagram são diversas formas de apropriação de um mesmo espaço, sendo a presença de fotografias com teor jornalístico nosso objetivo de estudo.

Neste caso, é essencial entender o papel dos atores sociais para analisarmos como se deu o movimento do fotojornalismo dentro do aplicativo, através de ações individuais que aos poucos, e de forma gradativa, impactaram os rumos da fotografia jornalística. Assim, entendemos ator na rede não como apenas um indivíduo, mas podendo ser um perfil de um fotojornalista que se interessa por uma rede social de fotografia, um jornal que acredita que deve se inserir no mundo online e fazer bom uso da visibilidade das redes sociais ou até mesmo um fotógrafo amador, que através do aplicativo, vai ser encantar pela fotografia e começar um engajamento com outras pessoas ao redor do mundo.

Simões (2009), em seu artigo “A sociedade em rede e a cibercultura”, ao citar Levy, apresenta sua visão de que “o exercício democrático passa pela apropriação social do fenômeno técnico.” (SIMÕES, 2009, p.10) ou seja, a cibercultura permite a um indivíduo sua emancipação, de forma que o usuário é capaz de participar e engajar, ao apropriar-se do meio em que ele interage. Assim, o meio digital se constitui como um lugar

plural, permitindo que cada um se expresse de acordo com suas próprias individualidades. No caso do Instagram, vamos ver os perfis como a “individualidade autoral”, uma vez que o espaço construído na rede, pelos fotógrafos que vamos abordar neste trabalho, é o portfólio de cada um.

Outro elemento importante das redes sociais, que serve de base para entendermos como se deu o movimento do fotojornalismo no Instagram, é a conexão. Segundo Renato Targa, em seu artigo “Redes e Comunidades”:

Na rede social, as pessoas estariam ligadas por relacionamentos das mais variadas formas por meio de laços criados ao longo do tempo e as pessoas entrariam nas plataformas de redes sociais online para manter relações existentes e criar novas para expandir sua rede (TARGA, 2012, p. 21)

Esta relação entre os atores é de grande relevância para este trabalho, uma vez que é a partir da popularidade dos perfis de fotojornalistas no Instagram, que podemos analisar de fato se há um movimento significativo capaz de impactar o fotojornalismo. Na rede, onde não existe linguagem verbal, podemos apenas basear as pesquisas em dados, neste caso, o número de seguidores e *likes* que os fotojornalistas ou ainda fotografias com teor jornalístico ganham na rede. Estes dados caracterizam a influência e a procura por perfis desta categoria, e mostram que o Instagram está se tornando um local de difusão de informação e de interesse para quem gosta de fotografia com teor documental. Estes dados provam também que o aplicativo tem a capacidade de ir além de perfis de celebridades e fotos banais.

No ambiente do Instagram, como vemos, as conexões são importantes para fortalecer os laços entre os fotógrafos e seus seguidores. A rede permite não só ser transportado para onde o fotógrafo está, apresentado novos lugares, como também acompanhar de perto o trabalho dos profissionais e entender um pouco melhor a rotina de cada um deles.

O fotógrafo David Alan Harvey (@davidalanharvey), por exemplo, muitas vezes usa sua conta do Instagram para dar dicas de fotografia, explicar como determinada foto compartilhada foi concebida ou ainda anunciar em que lugar ele está trabalhando e convidar para *workshops*. Em uma de suas fotos no perfil do Instagram, o fotógrafo da Magnum ensina ao seus seguidores que “quando você pensa que o trabalho acabou e já

conseguiu “a foto”, continue”³.

Outro perfil de destaque de fotografia documental no Instagram é o da revista National Geographic (@natgeo), que mostra os bastidores da reportagens fotográficas que serão destaques na revista impressa. Seus fotógrafos contribuintes, enquanto estão espalhados em diferentes lugares do mundo, imersos em outras culturas, compartilham fotos de cada reportagem, buscando mostrar um pouco de cada “assignment”.

Outro ponto importante das redes sociais é o capital social (RECUERO, 2009, p.44). Este pode ser definido como o conjunto de valores comumente associados às redes sociais, os benefícios que são adquiridos quando criamos um perfil online, que não podem ser facilmente conquistados off-line. Neste trabalho, usaremos este conceito como base para explicar a importância da presença do fotojornalismo no Instagram. Esta característica das redes sociais é ainda mais atrativas para os fotógrafos iniciantes, aqueles que ainda não tem grande audiência fora da internet.

Um exemplo de capital social é a popularidade, como o número de seguidores de um perfil. Na vida off-line, manter a interação com 100, 200 mil pessoas é uma tarefa bastante complicada. No entanto, o que é interessante de ser ressaltado, é que o *status* conseguido na rede, pode ser transferido para fora dela (RECUERO, 2009). O que está em jogo neste caso é a visibilidade, aumentada exponencialmente pela internet e mais especificamente, pelas redes sociais.

Outra característica das redes sociais que permite entender melhor a sua configuração é o fato de serem emergentes. São sistemas complexos que presenciam o aparecimentos de novos padrões através de mudanças de comportamento em larga escala. São as atitudes coletivas tomadas dentro das redes sociais que modificam a forma de interação dentro plataforma. Pierre Levy (1996) apresenta esta ideia indicando que no espaço da cibercultura, existe a constituição de grupos colaborativos. Para o autor, os usuários agora se reúnem em torno de interesses comuns e não dependem mais da localização geográfica. Levy afirma que “apesar de ‘não-presente’ essa comunidade está repleta de paixões e de projetos” (LEVY, 1996, p.20)

Podemos usar como exemplo o surgimento de projetos fotográficos temáticos no Instagram, quando um perfil sugere um tema para ser fotografado, outros perfis aderem a ideia e essas ações se tornam tendência. Podemos citar também o caso de novos fotógrafos

³ Informações encontradas em <https://www.instagram.com/davidalanharvey/>. Acesso em: 25 de janeiro de 2016

que surgem, a cada dia mais, por conta do Instagram, impulsionados uns pelos outros e também pelos seu seguidores. Esses são casos que aprofundaremos melhor nos capítulos seguintes.

Como vimos, tanto o ciberespaço em geral quanto as redes sociais se configuram como canais de comunicação repletos de ideias, opiniões, exibições do eu, mas também ações coletivas, conteúdos e diversos projetos. São esses projetos, tanto individuais como coletivos, uma das principais razões para o sucesso da rede social Instagram, que busca crescer ao incentivar a ideia de comunidade⁴, formada mundialmente, e também das comunidades online formadas dentro dela, que se uniram seja por fatores regionais, interesses semelhantes ou ainda, por projetos ocasionais. Antes de entendermos melhor o funcionamento desta rede de compartilhamentos de imagens (e ideias) precisamos contextualizá-la de forma mais aprofundada.

3.2 Surgimento e contextualização do Instagram

Para uma maior compreensão das possibilidades oferecidas pelo Instagram, é necessário entender alguns aspectos dessa rede social. Levanto aqui informações fundamentais para contextualizar e inserir o Instagram no cotidiano contemporâneo. Assim, nas próximas páginas apresentamos um breve histórico da rede social para situá-la e esclarecer em linhas gerais a dinâmica de interação que proporciona.

O Instagram é um aplicativo que permite ao usuário fazer fotos e vídeos, aplicar filtros e compartilhar o resultado em seu perfil, bem como em outras redes sociais, como Facebook, Twitter, Flickr, Foursquare e Tumblr. O Instagram, que pode ser instalado em dispositivos móveis de forma gratuita, por permitir a interação entre seus usuários, configura-se também como uma rede social. Além do acesso através do celular, seus usuários também podem interagir na rede através do seu site⁵.

Em fevereiro de 2010, o americano Kevin Syston e o brasileiro Mike Frieger, engenheiros de software que se conheceram na universidade americana Stanford, idealizaram o aplicativo Burbn, no qual era possível tanto compartilhar fotos como fazer planos para o final de semana. No entanto, por acreditarem que este aplicativo fosse um tanto complicado, ele foi repensado e, em 6 de outubro do mesmo ano, foi lançado como o

⁴ Site oficial do Instagram dedicado a comunidade. Disponível <https://community.instagram.com>. Acesso em 25 de janeiro de 2016

⁵ <https://www.instagram.com>

atual Instagram.

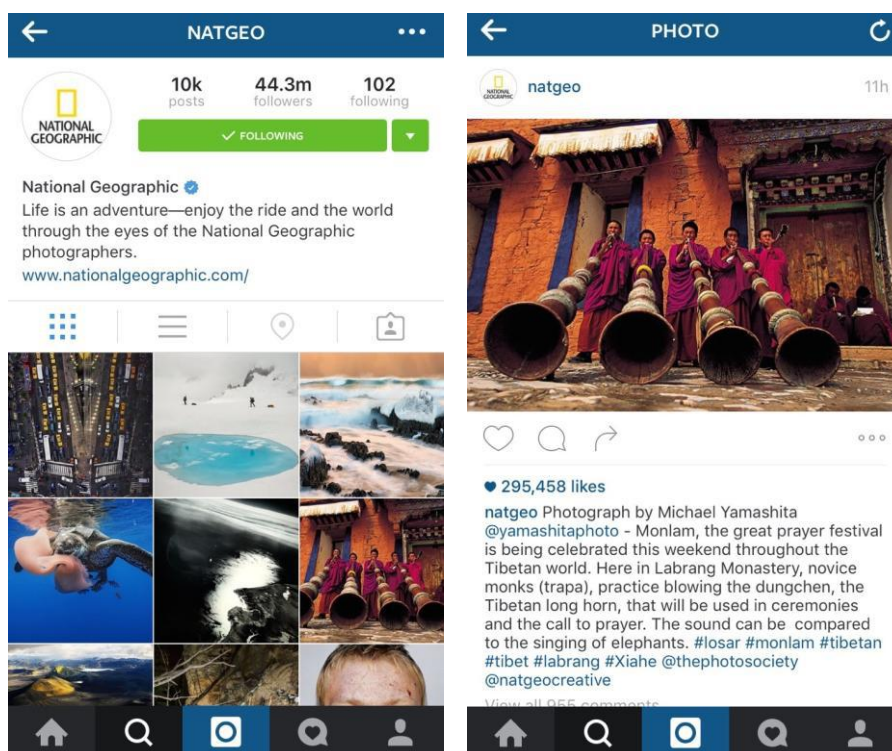
Inicialmente, ele ficou disponível para download apenas na Apple Store, ou seja, para usuário de dispositivos da Apple, como *Iphone*, *Ipad* e *Ipod*. Dois meses após o lançamento, o aplicativo atingiu a marca de 1 milhão de usuários. No entanto, foi apenas em 3 de abril de 2012, quando o Instagram já tinha mais de 10 milhões de perfis, que ele se tornou disponível para Android, sendo feito um milhão de downloads neste mesmo dia. Seis dias depois, o aplicativo foi vendido para o Facebook pela quantia de 1 bilhão de dólares e, segundo estatísticas disponíveis na página do Instagram, em setembro de 2015 atingiu a marca de 400 milhões de usuários⁶.

Para criar um perfil no Instagram, basta baixar o aplicativo de forma gratuita num smartphone e gerar uma conta. O usuário, então, escolhe um nome, uma foto e, se desejar, uma pequena descrição com informações sobre si mesmo. Esse perfil também pode ser acessado pelo computador, mas as fotos são postadas apenas pelo celular.

Após a criação da conta, o usuário pode escolher as pessoas que irá seguir e, dessa forma, acompanhar as fotos postadas por elas em sua *timeline*. Se o seu perfil no aplicativo foi feito através da sua conta do Facebook, o próprio Instagram seleciona seus amigos da outra rede e indica como sugestão para seguir. Após criada a conta, o usuário também aparecerá para seus amigos como sugestão, mas seguir alguém não garante que será seguido de volta. Tanto o número de seguidores como o de pessoas que o usuário segue aparece na sua página inicial e cada foto postada pelo usuário também, em ordem cronológica.

⁶ Números apresentados oficialmente pelo Instagram em sua página para imprensa. Disponível em: <https://www.instagram.com/press/>. Acesso 24 de janeiro de 2016

Figura 1: Exemplo de um perfil no Instagram e uma foto compartilhada



Fonte: Perfil do Instagram da revista National Geographic⁷

Devido a questões de exposição, o Instagram também oferece o recurso de manter o perfil público ou privado. Na primeira opção, qualquer pessoa pode ver todas as informações da sua conta, já na segunda, as fotos serão liberadas apenas com a permissão do usuário, quando alguém quiser segui-lo.

Por se tratar de uma rede social, existem diferentes formas de interação entre os usuários. Toda vez que alguém escolhe seguir um perfil, o dono deste perfil é notificado. Além disso, cada foto pode ser curtida e comentada, e cabe apenas ao dono do perfil gerenciar esses comentários podendo apagar algum que foi feito em sua foto. Outro recurso, que foi adicionado há apenas três anos depois do lançamento do aplicativo, é a mensagem direta, quando um usuário pode começar uma conversa com outro, de forma semelhante ao *messenger* do Facebook.

Uma vez com o perfil criado, o usuário estará apto a postar fotos, fazendo uso ou não de diferentes recursos de edição disponíveis. O Instagram, atualmente, oferece 24 filtros diferentes, dentre eles, ajustes de alinhamento, brilho, contraste, saturação e cor para

⁷ <https://www.instagram.com/natgeo/>

aplicar nas fotos antes de compartilhá-las. Dessa forma, o usuário pode editar suas fotos de maneira fácil e rápida, pois o processo não requer conhecimentos aprofundados de fotografia.

Para compartilhar uma imagem, o usuário deve buscar fotos na biblioteca do seu celular. Alguns usuários salvam fotos de internet ou enviam fotos por e-mail que depois são adicionadas à biblioteca, pois dessa forma, a imagem pode ser editada no celular. Devido ao sucesso do Instagram, muitos outros aplicativos de edição de imagem foram criados para celular, como o Photogrid, Instasize, Afterlight, ou ainda *softwares* famosos de edição foram adaptados com versões para *smartphones*, como o *Photoshop*.

Outro recurso importante na publicação de fotos no Instagram é uso de *hashtags* (marcadores). Esse artifício foi adaptado do Twitter, onde já era usado como forma de catalogar o conteúdo usando as *hashtags* como etiquetas. Clicando nelas, o usuário é direcionado para uma página que seleciona todas as vezes que elas foram usadas. No Instagram, o processo é semelhante, criando-se um banco de dados com fotografias de determinados temas. Ao compartilhar uma foto, adiciona-se *hashtags* que definam a imagem. Esse recurso é muito usado para ganhar visibilidade, uma vez que alguém que não é seu seguidor, pode encontrar sua foto no meio de outras marcadas com a mesma tag.

A sofisticação da rede ao longo dos anos é notável, tanto em layout, como em funcionalidade, e a evolução da ferramenta ajudou conquistou o mundo, rapidamente. Hoje, o Instagram apresenta um modelo muito mais complexo de interação, se comparado ao de quando foi lançado, pois como foi falado acima, as redes são sistemas em constante mutação.

O Instagram, não só apresenta uma quantidade muito maior de filtros para fotos, como também um mapa *mundi* com a localização das fotos postadas por cada usuário, possibilidade de compartilhamentos de vídeos e um espaço reservado para as fotos em que cada usuário foi marcado. Além disso, o aplicativo passou a disponibilizar versões em 25 línguas diferentes, fotos e vídeos patrocinados e a mudança mais surpreendente, novos formatos de fotos se tornaram possíveis a partir de 2015, segundo fonte oficial do Instagram, para envio de fotos em formatos de retratos ou paisagens, além das tradicionais imagens quadradas que fizeram o aplicativo ficar tão conhecido.

Depois de cinco anos de existência, o Instagram apresenta números surpreendentes, uma vez que seus usuários interagem diariamente com a plataforma, mostrando altíssimo

engajamento que evidencia a relevância da rede em suas vidas. Todos os dias 75 milhões⁸ de pessoas entram no Instagram, gastando em média 21 minutos⁹ na plataforma, mesmo quantidade de tempo médio que os usuários do Facebook¹⁰. Em apenas um dia, 70 milhões de fotos são compartilhadas e 2,5 bilhões são curtidas.

3.3 Análise do Instagram e seus diferentes usos

Vimos que o Instagram se desenvolveu como rede social quando já era usado por milhões de pessoas. Isso acontece porque, como já foi falado, as redes sociais apresentam comportamentos criativos e emergentes, uma vez que o uso das ferramentas varia de acordo com o grupo de atores sociais presentes.

Neste tópico, vamos falar sobre esses diferentes usos do aplicativo Instagram que surgiram com a crescente adesão de usuários. São eles as comunidades de fotógrafos, premiações criadas por grandes patrocinadores da fotografia mundial e os projetos ligados a *hashtags*. Recuero (2009) aponta que em terceiro lugar no nível de importância da Internet na vida das pessoas está o senso de comunidade, fazer parte de algo. Para a autora:

Através do advento da comunicação mediada pelo computador e sua influência na sociedade e na vida cotidiana, as pessoas estariam buscando novas formas de conectar-se, estabelecer relações e formar comunidades já que, por conta da violência e do ritmo de vida, não conseguem encontrar espaços de interação social (RECUERO, 2009, p.136)

Dessa forma, na sociedade contemporânea, as redes sociais preenchem até certo ponto o espaço da comunidade. No Instagram, podemos encontrar alguns exemplos concretos da busca dos indivíduos por comunidades dentro das redes sociais. O primeiro exemplo é a criação dos perfis *igers* (o termo vem de *instagrammers*), que são perfis de Instagram caracterizados a partir de localização geográfica. O Instagram, pelo seu formato, possibilita a aproximação de pessoas por interesses em comum, uma vez que podem ser criados infinitas de perfis temáticos, com temas sobre moda, saúde ou animais. No caso

⁸ Dados reunidos e atualizados pelo portal Expanded Ramblings: <http://expandedramblings.com/index.php/important-instagram-stats/> Acesso em 21 de janeiro de 2015.

⁹ Dados reunidos e atualizados pelo portal Econsultancy: <https://econsultancy.com/blog/65939-20-instagram-stats-marketers-need-to-know/> Acesso em 21 de janeiro de 2015.

¹⁰ Dados reunidos e atualizados pelo portal Expanded Ramblings: <http://expandedramblings.com/index.php/by-the-numbers-17-amazing-facebook-stats/>. Acesso em 21 de janeiro de 2015.

dos perfis *igers*, no entanto, estes são criados em nome de cidades ou regiões, permitindo que pessoas em um mesmo local compartilhem suas fotos em um só perfil, assim, podemos encontrar “igersrio”, “igersbrasil”, “igerslondon”, “igersusa” e muitos outros.

Este tipo de perfil é excelente para dar visibilidade para fotógrafos amadores, ou outros que estão começando na profissão. São perfis bastante populares e que mostram, através das imagens, um pouco de cada lugar, sua história e pontos turísticos pra visitar. Dessa forma, apresentam um pouco do lugar para pessoas que estão longe, aproximando as distâncias.

Esses perfis funcionam da seguinte forma: através da *hashtag* com o nome do perfil marcada em fotos de diversas contas da rede, os donos da conta *igers* podem selecionar as melhores imagens e compartilhar na conta oficial. Isto funciona como um incentivo para as pessoas realmente pensarem bem na composição das suas fotos, para terem melhores chances de serem compartilhadas. Como consequência, eles elevam o nível das imagens postadas na rede social.

Outra atividade que foi lançada pelo próprio Instagram e se tornou bastante popular entre seus usuários, foram as *instameets* (apelido que veio de "Instagram Meetups Everywhere") . As *instameets* são reuniões de usuários do Instagram, ou *instagramers*, ao redor do mundo. A primeira delas foi realizada no dia 23 de março de 2011, apoiada pelo próprio Instagram¹¹. Com o crescimento da rede, os encontros passaram a se tornar mais frequentes e *instagramers* do mundo inteiro se encontram em locais onde capturam fotos e trocam experiências. A própria comunidade estabelece as diretrizes de cada encontro e passa a trabalhar na divulgação dele dentro da rede, através de publicações marcadas com uma hashtag específica. Segundo o Instagram, não é possível mensurar quantas *instameets* já aconteceram até hoje por se tratar de uma iniciativa dos *instagramers*, o que torna qualquer usuário da rede apto a realizar um encontro no formato que for mais interessante para determinado grupo.

Para que se torne mais fácil realizar esses encontros, o Instagram criou o site Meetup¹², onde há uma lista de encontros marcados para os próximos dias, em que o usuário pode confirmar presença. Caso não haja nenhum próximo, o internauta pode criar um novo evento, selecionando local e data.

¹¹ Informação encontrada no blog oficial do Instagram:
<http://blog.instagram.com/post/8756201749/worldwide-instameet-24-march-2011>. acesso em 25 de janeiro de 2015.

¹² <http://www.meetup.com/pt-BR/>

As *instameets* são outra boa representação do senso de comunidade na rede social e exemplo de como o capital social que se adquire na internet muitas vezes pode construir impressões de popularidade que transcendam o espaço off-line. Também é um instrumento para impulsionar a fotografia e melhorar a qualidade das fotos produzidas pelos usuários desta rede social. Ao incentivar a interação de tantos fotógrafos, amadores e profissionais, em um mesmo lugar, cria-se um ambiente de trocas e aprendizagem sobre fotografia, sendo as fotos, em sua grande maioria com teor de fotojornalismo, para reportar o dia a dia do lugar fotografado.

O Instagram, como marca, se apresenta como uma grande comunidade, tentando incentivar os seus usuários a extrapolar os limites tanto do online, com é o caso dos *instameets*, como da sua localização geográfica. Uma forma encontrada é o *Weekend hashtag Project*, também criado pela própria plataforma. Esse projeto é organizado pelo setor responsável pela comunidade, dentro do Instagram, ou como é chamado *Community Team*. Toda sexta-feira é escolhido um tema e uma hashtag da semana e todo usuário que quiser participar deve compartilhar fotos tiradas especificamente naquele final de semana, dentro da temática e marcá-las com a *tag*. Na segunda- feira, o Instagram compartilha as fotos selecionadas em seu blog oficial.

Castells aponta a importância do senso de comunidade para as interações nas redes digitais. Para o autor, a cultura da internet é formada por quatro camadas, sendo as comunidades virtuais, as fontes de valor que moldam o comportamento e a organização social, os processos e os usos da rede. O autor aponta ainda o valor compartilhado da comunidade, que é a “força autônoma da rede”, que significa a capacidade dada a qualquer pessoa para “criar e divulgar sua própria informação, induzindo assim, a formação de uma rede” (CASTELLS, 2003 , p.49)

No caso do Instagram, vemos essa força através de diversos incentivos a fotografar saindo do lugar comum, e de boas imagens que começaram a aparecer na rede social, atraindo olhares de especialistas e profissionais da fotografia. Nesse contexto, foram criadas premiações específicas para o Instagram, além das muitas outras para a fotografia de celular especificamente, também impactadas pelo aplicativo.

Aqui vamos falar da principal premiação baseada no aplicativo, uma que indica como o Instagram esta afetando os rumos do fotojornalismo: o Getty Images Instagram

Grant¹³. Esta premiação se trata de uma parceria formada entre a Getty Images, líder mundial em comunicação visual, com o Instagram. O concurso, lançado em 2015, deu subsídios a fotógrafos que usaram o Instagram para documentar histórias de comunidades pouco representadas em todo o mundo e dessa forma impulsionar e premiar vozes emergentes. Os três vencedores receberam U\$10.000,00 cada e a orientação de um renomado fotógrafo da Getty Images. O resultado deste primeiro concurso foi apresentado ao público no dia 10 de setembro de 2015, quando imagens de cada um dos escolhidos foram exibidas no festival de fotografia Photoville na cidade de Nova York.

Este tipo de parceria, mostra como o Instagram se desenvolveu a ponto de ser levado a sério pela comunidade da fotografia, visto como uma plataforma capaz de apresentar grandes trabalhos fotográficos, e estimular entusiastas da fotografia, e ser um lugar de crescimento para fotógrafos emergentes.

Assim, podemos entender o Instagram como ambiente suscetível a mudança na forma de ver e criar imagens. Sendo uma aplicativo exclusivamente de produções visuais (tendo o recurso de gravação de vídeos sido incluído em meados de 2013) não podemos deixar de tentar entender esse impacto no mundo da fotografia e, em especial, no desenvolvimento do fotojornalismo. Ao mesmo tempo em que renomados fotojornalistas se juntaram à rede social, outras novas categorias de fotógrafos estão surgindo completamente apoiadas no aplicativo.

Além disso, percebemos como uma rede social precisa ser capaz de se adaptar aos diferentes ambientes criados dentro dela para continuar relevante para a sociedade. Para Recuero, elas são quase sempre, mutantes e tendem a apresentar “comportamentos criativos, inesperados e emergentes.” (RECUERO, 2009, p.92) Vamos falar a seguir de uma dessas formas de criatividade dentro da rede, a capacidade de usá-la em prol da difusão de informação que alterou drasticamente a forma de se fazer jornalismo e, consequentemente, o fotojornalismo também.

¹³ Informações encontradas no site PR Newswire: <http://www.prnewswire.com/news-releases/getty-images-in-collaboration-with-instagram-launches-photography-grant-to-support-photographers-using-instagram-to-document-stories-from-underrepresented-communities-around-the-world-300079317.html> Acesso em 25 de janeiro de 2015

3.4 Participação dos usuários: a fotografia na era da internet

Devido ao desenvolvimento das tecnologias digitais e ao alcance da internet nos dispositivos móveis, o ciberespaço se torna um local de troca de informações e experiências. Dessa forma, a apropriação do meios digitais por parte dos usuários abre o caminho para uma nova forma de difusão de informação baseada no modelo onde o conteúdo é passado de todos para todos (CASTELLS, 2001).

Assim, indivíduos bem conectados se tornaram capazes de influenciar na difusão da informação, e com o advento da internet, novos canais foram criados e uma pluralidade de informações circulam agora entre os grupos sociais. Mas, para entender melhor o que significa essa mudança no jornalismo, vamos voltar um pouco no tempo e apresentar alguns dos aspectos relevantes do fazer jornalístico. Não se trata aqui de uma definição da atividade do jornalista, mas sim, a apresentação de algumas das suas características que vão auxiliar a nossa reflexão sobre o fotojornalismo nos dias de hoje, foco deste trabalho.

A atividade jornalística, então, pode ser caracterizada, principalmente, pela comunicação de fatos relevantes para a sociedade, e “a qualidade de relatos jornalísticos audiovisuais pressupõe diversidade de temas e de atores sociais, pluralidade de interpretações, inovações estéticas e contextualização dos acontecimentos.” (BECKER, 2012, p. 25)

Pode-se dizer que o jornalismo organiza o mundo de forma a ordená-lo para o espectador – o jornalista assumindo, assim, caráter pedagógico. Nessa “janela para a realidade”, as pessoas encontrariam uma espécie de estabilidade, diante da complexidade do cotidiano. A forma como é organizado (notícias consecutivas, mensagem de esperança ou reportagem “leve” ao final), dá ao espectador a sensação de familiarização, pois busca tornar o mundo menos hostil. Por meio dessa mediação do caos, dessa esquematização da realidade e da organização no formato da transmissão, o jornalismo se constitui como um lugar de referência. Ou seja, onde se vai procurar quando se quer um panorama da atualidade.

No entanto, essa característica do fazer jornalístico de detentor das informações, teve de se modificar com o crescimento da internet, que se tornou uma alavanca para uma nova forma de sociedade. Sendo um meio de comunicação, ela permitiu, pela primeira vez, a comunicação entre pessoas acontecesse no tempo escolhido por elas, em escala global (CASTELLS, 2001). O seu crescimento foi também vertiginoso, uma vez que há 15 anos

existiam 400 milhões de usuário da internet e hoje, este número ultrapassada 3 bilhões¹⁴. A sua influência também vai além dos números, alterando para sempre as esferas econômicas e culturais (CASTELLS, 2001).

O jornalismo, então, se viu sujeito a novas demandas, agora, vindas de uma sociedade que tinha disponível uma infinidade de fontes de informação. A única alternativa era se adaptar a essa nova era. Dessa forma, a mídia foi aos poucos se transformando, alterando tanto o formato de entrega das notícias como também passou a levar em consideração a voz do público.

Pensando o jornalismo como forma de divulgar fatos relevantes para a sociedade, todo conteúdo será material jornalístico, dentro da formatação tradicional ou não, uma vez que esteja dentro dos parâmetros de noticiabilidade, ou seja, passar pelos critérios definidos a partir da atividade jornalística que hierarquiza e constrói notícias a partir de uma abundância de eventos (SILVA, 2005). Dessa forma, a era digital inicia uma nova etapa na produção e distribuição do jornalismo. Como afirma Becker e Maldonado :

As apropriações da tecnologia digital pelos usuários revelam que os cidadãos conquistam algum poder na produção de informação, o que pode se configurar como fenômenos de democratização da prática jornalística. Os usuários passam a ter a possibilidade de sugerir e cooperar nos processos de seleção e apuração de pautas nas redações, virtuais ou não, da mídia tradicional (BECKER e MALDONADO, 2011, p. 203)

No âmbito dos fluxos na rede, essas trocas se dão livre e velozmente e quem colabora para a construção do que será notícia não está restrito ao campo dos jornalistas. O filtro é menos o da credibilidade pela legitimidade do que pela imediatez. Na internet e com a tecnologia que aproxima, não há a obrigatoriedade da presença de intermediários, esses que são os jornalistas, para fazer ver. Com um clique se filma ou fotografa, com outro, se propaga. Para Becker “qualquer pessoa moderadamente à vontade com um computador torna-se capaz de inventar seus próprios espaços-informação e de partilhá-los com amigos ou colegas.” (BECKER, 2011, p. 198) Assim, cada amigo compartilhará com outro, sucessivamente, criando um fluxo de difusão de informação.

¹⁴ Informações encontradas em <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/05/mundo-tem-32-bilhoes-de-pessoas-conectadas-internet-diz-uit.html> Acesso em: 25 de janeiro de 2015

O jornalista, ao invés de ir em busca da matéria, passou a ter um trabalho de filtrar a grande quantidade de material que recebe, muitas vezes vídeos, fotos, e textos que seriam inverídicos. Nunca foi tão importante para um jornalista confirmar a legitimidade de sua fonte, ir atrás da pessoa que enviou a informação, porque a tecnologia ao mesmo tempo em que permite que todos sejam de certa forma capazes de produzir um material jornalístico, também permite que notícias sejam forjadas.

Vemos no filme “O Abutre” (2014)¹⁵ um exemplo de como informações forjadas podem passar despercebidas, e como a linha entre o que é ético ou não, as vezes, é cruzada. O filme conta a história de Louis Bloom, um desempregado que rouba peças de metais nas ruas para vender, e acaba por entrar no submundo do jornalismo independente de Los Angeles, filmando acidentes e crimes. Por querer ganhar mais dinheiro com as suas imagens, Louis tenta “valorizá-las”, mexendo nos elementos de uma cena, e até mesmo, em corpos, para que o enquadramento fique melhor. Como ninguém da empresa para quem ele vende os vídeos trabalha junto a ele, o jornal transmite a notícia sem ter ideia de que foi adulterada.

Por isso, como mostra o filme, com qualquer pessoa sendo capaz de fotografar, filmar e reportar, os jornalistas das emissoras e veículos estabelecidos, aqueles que tem a formação acadêmica tradicional ou são legitimados pela prática da profissão, ficam responsáveis por filtrar esse tipo de produção, pois estes, que em teoria, tem uma noção mais clara do que seria o jornalismo ético, o que pode ser notícia ou não.

Então, seja pela perspectiva da informação ou do entretenimento estamos supostamente mais livres do que nunca, porém existe uma parte desse mundo novo que “nos prende”, no sentido de capturar nossa atenção, muito mais do que a televisão já pôde sonhar: as redes sociais. Para André Lemos, professor de comunicação da UFBA “hoje humanos acoplados a não humanos comunicacionais são os novos híbridos: celulares, *ipads*, redes sociais...”. Existir se tornou estar online, por mais que você possa tentar resistir. Tendo como principal ator a fotografia, as redes sociais se tornaram o espaço onde construímos a nossa imagem para o mundo, pois como explica Lima:

observa-se espetacularização da vida privada, e mais especialmente, a espetacularização do eu, uma vez que as redes sociais são ambientes virtuais nos quais os sujeitos se relacionam instituindo uma forma de

¹⁵ Informações do filme podem ser encontradas em <http://www.imdb.com/title/tt2872718/> Acesso em: 25 de janeiro de 2015

sociabilidade diferenciada dentre as praticadas antes do advento da internet. (LIMA, 2013, p. 2)

Marshall McLuhan, em seu livro “Os meios de comunicação como extensão do homem”, fala sobre como “a tecnologia da fotografia é uma extensão do nosso próprio ser” e completa afirmando que a “mutilação dessas extensões do nosso ser físico requer tanto conhecimento e perícia quanto uma amputação física”¹⁶ (MCLUHAN, 1964, p. 219) ou seja, a fotografia passou a fazer parte de quem somos, e acreditar que é apenas algo exterior a nós seria ingênuo. Para o autor, a fotografia assim como a iluminação, essencial para a produção de imagens, alterou nossos hábitos, modificaram nossa percepção de vida de forma que é bastante complicado dissociar o eu biológico do tecnológico.

Manuel Castells segue a mesma linha de pensamento quando diz que “ser excluído dessas redes é sofrer uma das formas mais danosas de exclusão em nossa economia e cultura” (CASTELLS, 2001, p. 8). Ter uma página no Facebook ou uma conta no Instagram, se tornou quase que obrigatório uma vez que ninguém quer ficar excluído.

Temos assim um ambiente que une a facilidade de compartilhamento de fotos com indivíduos munidos da tecnologia necessária para produção de imagens e também fácil acesso a informação. Hoje, grande parte da população, tem acesso a uma máquina fotográfica, e a possibilidade de um cidadão comum registrar um momento de relevância social é considerável. Muitas imagens de amadores foram utilizadas pela *mass media* em acontecimentos importantes, como veremos.

Já em 2005, o jornal O Estado de São Paulo realizou um projeto de fotojornalismo cidadão - “FotoRepórter”¹⁷, que contabilizou 7203 cadastros e 21293 imagens. A ideia do FotoRepórter nasceu após os atentados de 7 de julho em Londres, quando as imagens registradas por cidadãos comuns em seus telefones móveis inundaram a internet, e a seguir foram estampadas nas páginas dos principais jornais e revistas de todo o mundo. A voz do fotógrafo amador passou a ser ouvida e considerada um recurso para as publicações. Uma vez que qualquer pessoa que está presente em determinado acontecimento é capaz de

¹⁶ McLuhan, neste contexto, explica como a fotografia retrata imagens do mundo todo aproximando distâncias, além de refletir automaticamente o mundo externo fornecendo imagens exatas daquilo que o fotógrafo pretende passar ao observador. Assim, as imagens visuais tornaram-se extensões fortificadas do homem. Com a ajuda delas, sentimentos, ações e acontecimentos são visualizados e projetados como imagens.

¹⁷ Informações encontradas em <http://web2.estadao.com.br/ext/fotoreporter/index.htm>. Acesso em: 25 de janeiro de 2015.

registrá-lo, na ocasião em que um fotojornalista profissional não esteja presente, as reportagens sobre o assunto não deixarão de ter imagens do fato ocorrido.

Assim, uma vez que as redes sociais são um lugar onde muitos podem estar presentes, o passo seguinte para o fotojornalista, neste contexto em que fotos de amadores são usadas em publicações impressas, foi o de ir ao encontro ao novo consumidor na internet. Uma vez que todos (amadores e profissionais) tem o potencial de tirar fotos, o diferencial do fotojornalista na rede social passa a ser contar a sua versão, deixando o seu trabalho falar por conta própria.

Apesar de muitos celulares serem capazes de produzir fotos incríveis, como visto no exemplo acima, o trabalho de contar uma história através de imagens passa por vários processos de estudo e preparação. É isso que os perfis dos fotojornalistas no Instagram tenta fazer, explicar um pouco do dia-a-dia dos fotógrafos e como se dá a concepção de cada imagem. No entanto, antes de explicar o trabalho desses profissionais, é preciso contextualizar o fotojornalismo e apontar as diferenças em relação a outros tipos de fotografia.

4. FOTOJORNALISMO NA ERA DO INSTAGRAM

Neste capítulo vamos, em um primeiro momento, analisar o surgimento e desenvolvimento do fotojornalismo e explicar o que o diferencia das outras vertentes da fotografia. Antes, no entanto, vamos explicar um pouco da sua evolução tecnológica, o fotojornalismo digital, que por sua vez também alterou as formas de transmitir uma notícia através de imagens.

Uma vez explicado o posicionamento do fotojornalismo digital nas redes sociais, abordaremos as mudanças nos padrões da profissão, consequência do advento da internet. Agora, devido a sua presença no Instagram, o fotojornalista tem uma voz própria, a sua autoralidade, que faz com que se destaque dentro rede, uma nova forma de expor seu trabalho em um ambiente povoado por especialistas e amadores da fotografia. Outro fator de mudança no fotojornalismo com o surgimento das redes sociais é a nova leva de fotógrafos influenciada pelos novos aparatos tecnológicos, são os fotógrafos *mobile* e os profissionais da fotografia que trabalham dentro do Instagram.

4.1 O que é o fotojornalismo?

Dentre tantos estilos de fotografia, como a arquitetônica, a publicitária, de moda ou ainda a macro fotografia, o fotojornalismo, como vertente, é caracterizado como a produção de imagens com valor jornalístico. São imagens que tem como objetivo informar ou analisar um acontecimento. Outro estilo que se aproxima é a fotografia documental, que também é de importância para este trabalho e por isso, a seguir, serão explicadas as principais diferenças e similaridades entre as duas.

O termo fotojornalismo até hoje não tem as suas fronteiras bem delimitadas, o termo pode abranger fotos de notícias, projetos documentais e até fotografias atemporais de situações peculiares que o fotógrafo se depara no dia-a-dia (SOUSA, 2002). Sendo assim, como é também no jornalismo, a finalidade do fotojornalismo é informar.

A fotografia documental também pode, em determinadas situações, ser considerada fotojornalismo, uma vez que usa a imprensa como meio de difusão, e compartilha da mesma finalidade de representar a realidade, ou seja, informar através das imagens. No entanto, nesta vertente, estão inclusos os projetos fotográficos. O foto documentarista estuda o tema que irá fotografar, e realiza o trabalho em um longo período de tempo. Essa rotina não é a mesma de um foto repórter, que a cada dia de trabalho é confrontado com

situações inesperadas e com pautas cujas as quais só toma conhecimento pouco tempo antes de fotografá-las.

À fotografia documental é inerente um fato atemporal, pois documenta, muitas vezes, algo que circunscreve um fato. Já ao fotojornalismo, é de extrema importância documentar o fato assim que ele ocorre (SOUSA, 2002). No entanto, para esta pesquisa, ambos podem ser analisados em conjunto, pois busca-se aqui analisar fotografias com teor jornalístico, característica presente nestas duas vertentes da fotografia, para, então, entender como através das redes sociais, fotógrafos podem contar uma história e encontrar novas formas de fazer fotojornalismo. A característica que ambas as vertentes também tem em comum é o novo caminho encontrado através das redes sociais. Para o Professor Jorge Pedro Sousa:

Fazer fotojornalismo ou fazer fotodocumentarismo é, no essencial, sinônimo de contar uma história em imagens, o que exige sempre algum estudo da situação e dos sujeitos nela intervenientes, por mais superficial que esse estudo seja (SOUSA, 2002, p.8)

Outra característica interessante de ser ressaltada sobre as fotos que visam informar, é o fato de elas recorrerem à conciliação de fotografia e texto, uma vez que quando se aborda o tema fotojornalismo, não se fala exclusivamente de imagens. Isso ocorre porque reconhecer elementos na fotografia e saber interpretá-los são raciocínios distintos. Uma imagem não é capaz de oferecer determinadas informações, por isso para construir uma mensagem, são usados textos que orientam a construção de sentido.

No caso do Instagram, as fotos de projetos documentais são compartilhadas isoladamente, uma por vez. Assim, são também fotojornalismo, uma vez que usam a plataforma para comunicar, e através de legendas, contextualizam a situação e compõem esse “mosaico fotográfico”, entre imagem e texto informativo, típico do fotojornalismo (Sousa, 1998).

Para que uma imagem fotojornalística tenha sucesso, ela precisa unir sua força noticiosa à força visual. Cabe ao foto repórter analisar os elementos representativos da cena que ele observa e discernir quais “permitirão ao observador atribuir claramente à mensagem fotográfica o sentido desejado” (SOUSA, 2002, p.10).

No entanto, nem sempre foi dado este valor a fotorreportagens. Até os anos 20 do último século, os jornais eram basicamente formados por massas de textos, e quando apareciam imagens, eram pequenas e de alguma celebridade. Na década de 30, fotos começaram a aparecer com mais frequência, porém ainda sem destaque. Foi apenas a partir

da década de 40, conforme o jornalismo evoluía, que as fotos começaram a ganhar mais destaque nos jornais (TACCA, 2013).

A fotografia, desde o seu início, tem um carácter testemunhal, de “espelho da realidade”, ou seja, característica que permite a sua junção com o jornalismo. Apesar deste potencial informativo, a fotografia demorou a ganhar as páginas das publicações. Existiam dois desafios a serem superados, o primeiro era o alto custo de publicar um foto, uma vez que a tecnologia para tal feito tinha acabado de ser inventada e o segundo, a resistência de alguns jornais e revistas, pois seus editores desvalorizavam as fotografias, considerando que “não se enquadravam nas convenções e na cultura jornalística dominante.” (SOUSA, 2002, P.13) Eles acreditavam que os desenhos e gravuras na madeira eram uma arte superior à fotografia (TACCA, 2013).

Foi apenas em 1925, que a relação com a fotografia começou a mudar. Primeiro porque o lançamento das câmeras de pequenos porte, a Leica e a Ermanox, permitiu que o enquadramento, o foco e a regulação do diafragma e do obturador fossem feitos com a câmara na altura dos olhos do fotógrafo. Esta evolução mudou a interação do profissional com o aparelho e com os fotografados, possibilitando a captura de momentos instantâneos e poses mais naturais (GIACOMELLI, 2000).

A segunda mudança foi que, neste período após a Primeira Guerra Mundial, a Alemanha, considerada por muitos o berço do fotojornalismo, viu o seu meio artístico florescer. Esse ambiente repercutiu na imprensa e fez com que Alemanha se tornasse o país com maior número de revistas ilustradas, entre os anos de 1920 e 1930 (TACCA, 2013).

Com a chegada de Hitler ao poder em 1933, muitos dos fotojornalistas e editores das revistas ilustradas fugiram para outras localidades na Europa:

Exportando as concepções do fotojornalismo alemão, que espalham por vários países, entre os quais a França (*Vu*, etc.), o Reino Unido (*Picture Post*, etc.) e os Estados Unidos (*Life*, etc.). Essa geração, da qual fazem parte nomes quase míticos, como Robert Capa, iria, posteriormente, salientar-se na cobertura da Guerra Civil de Espanha e da Segunda Guerra Mundial (SOUSA, 2002, P.19).

Foi devido a essas revistas que “o valor noticioso sobrepôs-se, pela primeira vez, à nitidez e à reproduzibilidade enquanto principal critério de seleção” (SOUSA, 2002, P.15). Nesse contexto, o fotojornalismo se firma como parte integrante da imprensa moderna, passando a ser utilizado tanto como ferramenta política, como um registro de situações

cotidianas, que procura os caminhos da conscientização e de novos pontos de vista, através do imediatismo e da busca pelo seu lugar de destaque nas novas mídias.

Voltando à sociedade contemporânea pós-industrial, Sousa (1998) argumenta que está cada vez mais difícil de definir a noção de fotojornalismo, por conta da diversidade de fotógrafos que se inserem hoje nesta vertente, mas que não apresentam temáticas, técnicas e abordagens convergentes. Para o professor, na atualidade é comum que muitos fotojornalistas apostem em diversos “suportes de difusão” (SOUSA, 1998, p.5).

É sobre essa dificuldade de determinar o que caracteriza o fotojornalismo no mundo atual, gerada pela diversidade e o empoderamento de novas tecnologias, assim como as mudanças que a profissão vem sofrendo, que falaremos no próximo tópico deste capítulo, uma vez que novas categorias de fotojornalistas estão surgindo.

4.2 Fotojornalismo na era das câmeras digitais

A união entre a fotografia e a tecnologia digital produziu novas condições de produção de imagem que merecem ser analisadas mais a fundo. Como visto, fotografia digital vem sendo largamente utilizada em práticas das mais distintas: desde a clássica fotografia amadora da família em viagens, passando pelo fotojornalismo, e por todo tipo de fotografia profissional, até a fotografia considerada artística. Assim, a imagem fotográfica passa a ter um papel importante para a constituição das novas estratégias de poder na modernidade, seja através de perfis individuais do Instagram, ou foto reportagens que visam a propagação de certas ideias.

Sendo o foco deste trabalho o fotojornalismo, temos que entender que a história deste está interligada às evoluções tecnológicas e rupturas, que impulsionam e aperfeiçoam diversas formas de produzir e veicular imagens. Vamos tentar entender de que forma este suporte digital influenciou no desenvolvimento do fotojornalismo, e como tende “a potencializar e provocar o surgimento de novas técnicas de produção fotojornalística” (MUNHOZ, 2007, p.13)

Um dos grandes desafios do fotojornalismo é a necessidade de veicular as imagens de cunho noticioso o mais rápido possível, antes de virar “*old news*”. Com o avanço da fotografia digital, este problema foi aos poucos sendo solucionado. Foi o fotojornalismo esportivo um dos principais responsáveis pela transição do analógico para o digital, quando na Copa do Mundo de futebol em 1994, realizada nos Estados Unidos, aconteceram os

primeiros testes das câmeras fotográficas digitais para profissionais de fotojornalismo (GIACOMELLI, 2000) .

Anos mais tarde, fotógrafos da Associated Press (AP) usaram exclusivamente máquinas digitais para fotografar outro evento esportivo, a final do campeonato americano de futebol, o Super Bowl, que acontecia no Arizona. Seis meses mais tarde, foi a vez das novas tecnologias serem testadas durante as Olimpíadas de Atlanta, nos EUA.

Sendo a rapidez do envio das fotos uma questão essencial para o fotojornalismo, em alguns momentos, ainda mais importante que a qualidade final das fotos, a fotografia digital foi conquistando os profissionais da área. Através do método analógico, levava-se quase duas horas para completar o processo de revelação do filme até a produção da foto escolhida pelo editor. Na fotografia digital, basta transferir a imagem para o computador e editá-la.

Com a tecnologia digital aliada a internet, se estabelece uma nova situação, “a quebra dos limites de espaço e tempo para a disponibilização do material” (MUNHOZ apud Palácios, 1999, p.2). A dissolução dos limites espaciais somada a multimídiaidade conquistada pelo jornalismo, leva a fotografia a ser cada vez mais valorizada como forma de transmitir informações, ganhando mais espaço nos sites jornalísticos. Com a revolução na distribuição e produção de fotografias jornalísticas, a tecnologia digital reconfigurou a rotina e convenções do fotojornalismo. Com fotojornalistas dotados de um extremo potencial técnico, é possível abastecer o mercado online do jornalismo 24 horas por dia.

Esse processo de mudança não ocorreu da noite para o dia. Segundo Silva Júnior (2011), a fotografia digital representou um renascimento para fotojornalismo e ele se deu em três etapas. A primeira foi a “pré-adaptativa”, que consistiu na convivência de profissionais formados na fotografia analógica com os primeiros fotógrafos em bases digitais. A segunda, que concluiu o processo de transição, é chamada pelo autor de “adaptativa”, que consiste no momento de eliminação dos dispositivos analógicos, quando estes foram excluídos das editorias de fotografia. A terceira é a “convergente”, quando tecnologia, empresa, plataforma e fotógrafos coexistem no meio digital.

Essa é a etapa em que estamos, e que acarreta diversas mudanças e questionamentos a respeito do fotojornalismo e da própria profissão. O uso generalizado das tecnologias durante toda a rotina de trabalho no fotojornalismo é uma delas, uma vez que as novas tecnologias estão presentes, desde a captação da imagem até a sua distribuição e estocagem.

Silva Junior (2011) ainda fala de outras situações que reafirmam o atual momento do fotojornalismo digital, como o uso do meio multimídia na fotografia. Para o autor, uma vez reestruturadas as cadeias de produção da imagem, se estabelece uma mudança no modo de organização e apresentação do material visual. Cada vez mais, a internet se torna o lugar onde a fotorreportagem se renova.

Neste mesmo sentido, pode-se analisar também, a forma como o fotojornalismo passa a orientar a sua circulação em multiplataformas. Essa forma de produção se baseia em transmitir imagens em canais diferentes em termos de modo de acesso e consumo, como por exemplo, expor um conteúdo tanto na revista impressa, como no Instagram.

Trata-se de uma aceleração de fluxo de conteúdos, de maneira geral, e de uma consequente adaptação destes conteúdos ao contexto específico de cada um. A questão aqui é o entendimento de um mesmo conteúdo por diversos dispositivos. Deste modo, uma fotografia pode ser acessada via *web*, dispositivo móvel, *tablet* ou mesmo em um impresso ou programa de televisão. (SILVA JUNIOR, 2011, p.41)

Esse contexto levanta outra questão, a necessidade de um profissional polivalente, apontado por Silva Junior (2011), como uma obrigatoriedade para a “produção de fotojornalismo em modo de convergência”(SILVA JUNIOR, 2011, p.42), pois o que está em jogo atualmente é a sobreposição de dois saberes, a fotografia e os sistemas de informação digital. Para Giacomelli (2000), a fotografia exige uma reciclagem profissional, pois para o autor “a imagem digital altera, inclusive, alguns conceitos tradicionais da linguagem, composição e enquadramento fotográficos”. Dessa forma, o fotojornalista precisa se adaptar a esta nova forma de fotografar.

O professor da faculdade Cásper Líbero, Erivam Moraes de Oliveira, vai ainda mais longe, uma vez que afirma que a fotografia digital provocou uma ruptura entre os fotógrafos, o que deu origem a três distintas categorias. A primeira seria formada pelos fotógrafos veteranos, a segunda, por aqueles que acompanharam a morte da fotografia analógica e, a terceira, formada por fotógrafos jovens, que assistiram o nascimento da fotografia digital (OLIVEIRA, 2009). Dentro desta última categoria, se encontraria uma vertente da fotografia em ascensão, os fotógrafos amadores.

Munhoz (2007) apresenta também entre os principais avanços técnicos na área digital, a capacidade de digitalizar e catalogar todos os arquivos fotográficos das grandes agências de notícia. Nesse contexto, a fotografia deixaria de ser transmitida para ser

disponibilizada. No entanto, além dos catálogos das grandes agências, temos a nossa disposição, uma imensidade de fotos advindas de outras fontes que não dos fotojornalistas profissionais, produzidas pelos referidos fotógrafos amadores. Eles também são responsáveis por registrar eventos e criar um grande catálogo de imagens como o caso do Instagram, que através das *hashtags*, podemos encontrar imagens das mais diversas situações acontecendo ao redor do mundo, a todo momento.

Assim, cada dia mais, agências e editores dos mais diversos veículos de comunicação, passam a utilizar a internet e as redes sociais para coletar fotografias e vídeos produzidos por amadores. Como vimos também, sites de notícias e emissoras de TV passaram a estimular o envio de imagens de fotógrafos amadores. Mas, o que precisa ser analisado é onde essa nova categoria se insere no fotojornalismo.

Devido ao fotojornalismo estar subordinado à velocidade, e a incapacidade dos fotojornalistas de não poder estar em todos os lugares ao mesmo tempo, abriu-se um espaço para fotografias amadoras. Munidos de celulares capazes de gerar imagens de qualidade suficiente para serem veiculadas, os fotógrafos amadores se tornaram voz ativa na difusão de notícias, pois apenas ao estar presente em um local onde um fato com teor de notícia acontece, eles já cumprem um requisito básico da profissão de fotojornalista, que é transmitir rapidamente uma fotografia (BARBALHO, 2015).

Baseando-se no antigo paradigma do fotojornalista, na noção de “momento decisivo” cunhada por Cartier-Bresson, pessoas com *smartphones* são capazes de registrar instantes únicos, por estarem “no lugar certo, na hora certa”. Quer eles conheçam o fotógrafo francês ou não, os fotógrafos amadores estão propensos a documentar um evento apenas por testemunhá-lo. E, essa enorme capacidade de produção de imagens, advindas dos avanços tecnológicos, afetou o universo da fotografia.

Este cenário divide atenções entre a overdose de fotografias produzidas e o encantamento diante da multiplicidade de olhares. Ao invés de equipamentos pesados, um aparato que cabe no bolso e é apontado para os dias comuns. Mais do que apreender a realidade do instante – eterna expectativa dirigida à fotografia – os novos registros feitos parecem trilhar uma busca desprentensiosa pela poesia do cotidiano (BARBALHO apud PAULA, 2014, p. 54).

Uma questão a ser considerada quando falamos de fotografia amadora sendo usada na transmissão de notícias é o fato de que quando se trata de informar, o valor da notícia da

imagem produzida, supera a pouca qualidade técnica e estética da fotografia amadora, como imagens mal enquadradas ou mal iluminadas. A característica principal do jornalismo baseado na contribuição de fotógrafos amadores é que, devido ao auxílio das novas tecnologias de produção e distribuição de fotografias com teor jornalístico, cidadãos comuns podem relatar notícias as vezes mais depressa do que a mídia clássica (BARBALHO, 2015).

Essa nova capacidade de difusão de informação, apropriada pelos amadores, ganhou mais força com o advento das redes sociais digitais. A fotografia, como forma de comunicação, desempenha um papel importante nessas plataformas de interação social, como Facebook ou o Instagram, seja em perfis amadores ou profissionais, como temos buscado demonstrar nessa monografia.

4.3 Fotografia e as redes sociais

A fotografia, a cada dia que passa, encontra na convergência midiática mais espaço para a sua contribuição na arte de informar. A fotografia é, além de tudo, uma forma de linguagem, e esse também é o seu uso nas redes sociais quando falamos da presença do fotojornalismo nesse meio. É através das imagens que muitas vezes entendemos determinado fato da vida, e assim, organizamos a nossa forma de ver e entender o mundo. As redes sociais, por sua vez, expandiram o espaço de expressão da fotografia, e permitiram um maior alcance para sua capacidade informativa.

Walter Benjamin, afirma em “A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica” que “os movimentos de massa e, em primeira instância a guerra, constituem uma forma de comportamento humano especialmente adaptada ao aparelho”, pois para o autor, a câmera é capaz de apreender esses movimentos “mais claramente que o olho humano” (BENJAMIN, 2012, p.2010).

Dessa forma, podemos entender que a fotografia está mais apta a compreender e explicar uma situação como a guerra, do que se todas as pessoas de fato presenciassem o conflito. A câmera é capaz de agrupar e organizar este turbilhão de acontecimentos simultâneos de uma forma que o olho humano não pode. Quando essas imagens se aliam ao potencial das redes sociais, em termos de alcance de público e, por se tratar de plataformas menos formais de que a mídia tradicional, a mensagem é transmitida para mais pessoas de forma mais direta, sendo mais fácil de ser compreendida.

Podemos, assim, avaliar o caráter informativo do Instagram, uma vez que ele se transforma em canal de comunicação direta entre os fotojornalistas e as pessoas. O aplicativo, comprova sua intenção clara de expor aos seus usuários uma compreensão de mundo através das imagens, deixando a linguagem verbal em segundo plano. De nenhuma forma, as legendas perdem a sua importância, pois elas direcionam a interpretação do que é mostrado. No entanto, são as imagens compartilhadas que detêm o maior valor de notícia.

Outro fator de grande importância para a presença da fotografia jornalística nas redes sociais e, em especial no Instagram, é o caráter instantâneo dessas plataformas. Como falamos, o tempo de vida de uma notícia é muito curto, e a velocidade em que ela é transmitida é essencial. Por isso, plataformas que demandam pouco tempo para o compartilhamento de informação são ótimos locais para se divulgar notícias, pois são rápidas e práticas.

As fotografias postadas no Instagram carregam significados e grande fluxo de informação para transmitir uma mensagem, que é entendida pelo interpretante, transformando-se assim em uma forma de linguagem. Linguagem que está em comunhão com o mundo globalizado, da era da informação, que é o ponto central das tecnologias digitais.

No entanto, ao mesmo tempo em que a fotografia marca presença no mundo do instantâneo, ela também se modifica, uma vez que como arte, deve ir além de um simples registro da captura de um instante, mas sim, ser um somatório de técnica, momento e ideia. O fotógrafo moderno é, então, aquele que vê essa tecnologia tomando conta e tenta abraçá-la, se incluir no processo, ser ao mesmo tempo digital e artista, e com isso, criar dentro da rede. É chamado por Mauricio Lisovsky de fotógrafo-poeta-esgrimista que “busca esquivar-se do ataque de imagens que tentam fazer dele mero veículo de sua reprodução.” (LISSOVSKY, 2011, pág 13), é aquele que tenta se destacar e impedir que o meio se torne apenas um emaranhado de clichês e sim, um lugar híbrido que permita a evolução da fotografia, e no qual fotógrafos profissionais possam buscar destaque em meio a amadores.

4.4 Fotojornalistas no Instagram

Dentre os diversos tipos de perfis que podem ser encontrados no Instagram, existe um tipo que se multiplica a cada dia e vê sua popularidade crescer junto a da própria rede social e respectivo aplicativo, é o perfil de fotojornalista. Se destacando desde o início, os fotojornalistas entram no Instagram com uma reputação já conquistada no meio off-line.

Eles percorrem o caminho contrário de quem tenta se destacar na rede. Ao invés de usar o capital social inerente das redes sociais, eles usam o nome que conseguiram trabalhando para mídia tradicional impressa ou agências de renome, para conquistar os seus primeiros seguidores. No entanto, para se destacar de fato nas redes é preciso mais do que reputação, é preciso saber como interagir no meio online.

A fotorreportagem antes da sua incursão no Instagram, já podia ser vista expandida pela convergência das mídias nas edições digitais de jornais impresso. Mas, foi através da entrada dos reais atores do fotojornalismo nas redes sociais que surgiu a possibilidade de dialogar com o público. Interagindo com seguidores de seus perfis, os fotojornalistas podem dar a sua própria voz e versão dos fatos, uma vez que na rede social, eles são os editores de si mesmo. Para Aragão (2012), existem duas razões, em especial, que justificariam a entrada de repórteres fotográficos no Instagram. Essa possibilidade de relação com o público, e a capacidade de atualizar o seu perfil *in loco*. Poder compartilhar fotos de onde se está fotografando é possível devido a várias razões, tanto por conta da melhoria das câmeras de celulares, como também devido a características do próprio Instagram, através da marcação georreferenciada das fotos, em que é possível demonstrar em um mapa dentro do aplicativo onde a foto foi tirada. O fato do Instagram apenas permitir postagem através do celular é um incentivo para fotografia mobile e para o compartilhamento instantâneo de imagens.

Assim, detentores da tecnologia necessária para produzir conteúdo a partir de dispositivos móveis, os fotojornalistas estão usando o aplicativo de compartilhamento de fotos especialmente para dividir com o mundo seus projetos, da forma rápida e influente que tem ao seu dispor, nos dias de hoje. Essa nova onda de usuários está gerando excelente fluxo de imagens no aplicativo, e seguir esses profissionais se tornou uma ótima forma de acompanhar o que está acontecendo no mundo, em tempo real.

Quando analisamos esta situação sob o viés da instantaneidade, passamos a entender melhor porque o Instagram está desempenhando um papel de destaque no que diz respeito a relatar o que acontece ao redor do mundo, incluindo áreas remotas e zonas de conflito. Temos exemplos de grandes fotojornalistas, como David Guttenfelder (@dguttenfelder), da Associated Press e ganhador de sete prêmios da World Press Photo. Em sua conta do Instagram, já mostrou parte do seu trabalho fotográfico na Coreia do Norte e uma cobertura do Tufão nas Filipinas, casos que servem apenas de exemplo, em meio a tantos outros. Outro grande nome do fotojornalismo é Benjamin Lowy

(@benlowy), um dos cinco fotógrafos escolhidos pela revista Time para cobrir o furacão Sandy, pelo Instagram, caso que será estudado mais tarde neste trabalho.

Segundo Marcelo Barbalho (2015), com a atual condição de insegurança da mídia impressa, que por razões além da econômica, teve que se adaptar ao meio digital, as redes sociais se tornaram um local de segurança para um fotojornalista, sendo mais um espaço para expor o seu trabalho.

Os fotojornalistas, notadamente aqueles que dedicam meses, às vezes anos, para abordar de modo consistente temas complexos e levar a audiência a interrogar-se sobre problemas da sociedade, enxergam nos diários on-line uma possibilidade para difundir amplamente suas histórias visuais. Mas mais do que reabilitar a prática da fotorreportagem, a maioria ambiciona desenvolver projetos multimídia para, em meio à crise da mídia impressa, continuar praticando jornalismo visual de forma constante. (BARBALHO, 2015, p.141)

Esta forma de praticar a fotorreportagem através das redes sociais ainda é muito ampla, e varia de acordo com o perfil do fotógrafo. Como foi falado, muitos dos fotógrafos contribuintes da revista National Geographic são usuários fervorosos do Instagram. Aqui, vamos destacar Michael Christopher Brown, que usa a rede para mostrar os bastidores de um novo trabalho e algumas das fotos que estão sendo produzidas no lugar, de forma que suas imagens, feitas em lugares como Líbia, China e Congo, carreguem consigo um impacto forte e humanista, repletas de pessoas diferentes com traços marcantes. Mesmo estando limitado por uma tela de celular e pelo tamanho das fotos do Instagram, o fotógrafo não perde a sua assinatura na foto, pois ainda consegue imprimir nas imagens a sua visão.

Figura 2: Fotos compartilhadas no Instagram por Michael Christopher Brown



Fonte: perfil do Instagram¹⁸

Já o fotógrafo Mark Power, membro da agência Magnum, usa o Instagram para mostrar fotos antigas, do seu arquivo pessoal, explicando na legenda, o contexto em que cada imagem se insere. O fotógrafo britânico, de 57 anos, prova que neste meio do fotojornalismo é necessário se adaptar, e também mostra como cada um é livre para criar a sua linguagem na rede. Por ser um meio plural, cada perfil pode conquistar um público distinto.

Outro fotógrafo de muito destaque é o contribuinte da Magnum, Steven McCurry (@stevemccurryofficial). Reconhecido no meio do fotojornalismo há mais de trinta anos, McCurry agora conquista os usuários do Instagram, com mais de um milhão de seguidores na plataforma. O fotojornalista compartilha imagens, que segundo seu próprio perfil na rede social, abrangem “conflitos, culturas com risco de desaparecimento, tradições milenares e distintas culturas contemporâneas - mas sempre apresentando o elemento humano”¹⁹.

¹⁸ <https://www.instagram.com/michaelchristopherbrown/>

¹⁹ Tradução da autora. “conflicts, vanishing cultures, ancient traditions and contemporary culture alike - yet always retains the human element.”

Figura 3: Fotos compartilhadas no Instagram por Steven McCurry



Fonte: perfil do Instagram ²⁰

Para o fotógrafo Renato Stockler (@renatostockler), uma das possibilidades permitidas pelo Instagram é a prática que chama de “exercício de criar pequenas crônicas visuais”²¹. No seu perfil na rede social, Stockler compartilha suas imagens acompanhadas de textos e também reflexões que faz no momento de captura da imagem, explicando o significado da imagem para ele. Assim como é típico do fotojornalismo, Stockler busca criar um “conjunto de elementos visuais e verbais”.

Desse forma, é possível entender como cada fotógrafo no Instagram é capaz de ter a sua própria voz na rede social, cada um usando da forma que prefere. Stockler acredita que na rede social, conseguiu afirmar um “pensamento fotográfico mais livre”.

Cada plataforma tem um objetivo diferente e permite que o fotógrafo desenvolva linguagens e raciocínios diferentes da exigência dos trabalhos tradicionais. Por outro lado, fotógrafos documentaristas começam a divulgar seus trabalhos de maneira mais intensiva, colocando sua produção à frente dos veículos tradicionais.

No entanto, o Instagram e toda a cultura digital das redes sociais, ainda não são unanimidade entre os fotógrafos. O fotojornalista brasileiro Pedro José Martinelli

²⁰ <https://www.instagram.com/stevemccurryofficial/>

²¹ Entrevista concedida à autora. Íntegra no apêndice 6

(@pedromartinelli) é um tanto quanto pessimista em relação a essa onda de mudanças no fotojornalismo. Martinelli acredita que as redes sociais apresentam a “visão de quem está deslumbrado com o artefato digital que tem na mão”²² e completa afirmando que o bom fotojornalista é aquele que “pensa em contar história, pensa em foto impressa”.

Apesar do seu posicionamento em relação a qualidade técnica das imagens encontradas na rede, Martinelli também aderiu ao Instagram, pelo fato de acreditar que a plataforma seja “uma boa alternativa digital para mostrar portfólio e ideias”.

Outro problema do Instagram, apontado tanto por Martinelli como por Stockler é a enxurrada de imagens no aplicativo. O primeiro acredita que a maioria das fotografias disponível nas redes sociais “são absolutamente banais”, são apenas “lugar comum” que disseminam o mal gosto. Já Renato Stockler tenta analisar esta questão por um outro ângulo, indicando que, em meio ao “consumo exagerado de imagens em nosso mundo contemporâneo”, cabe ao fotojornalista editar sua produção e “refletir sobre a importância de determinada imagem, para além dos ambientes hedonistas”.

O que vemos, então, é que apesar do Instagram ainda dividir opiniões entres fotojornalistas profissionais, é também bastante utilizado por eles. O aplicativo de publicação instantânea de imagens libertou o fotojornalista preso ao tempo e a temática, marcando uma mudança de paradigma para a fotografia documental e forjando novas oportunidades para os fotógrafos em todo o mundo.

4.5 *Mobile photography* e os fotógrafos de Instagram

O Instagram, que é um misto de rede social e aplicativo, vem chamando atenção de especialistas em fotografia sobre o estilo das imagens disponíveis em sua plataforma. O jornalista e SEO Simon Sedorenko, da New York Film Academy, uma das melhores instituições de ensino de cinema e fotografia dos EUA, escreveu um artigo em que defende que existem duas formas pelas quais podemos analisar o Instagram²³. Há o fotógrafo amador que usa as ferramentas automáticas do Instagram para postar tudo que vê, sem se preocupar tanto com luz ou composição. Existem também os fotógrafos profissionais, que esperam o momento exato para tirar uma foto, e passam mais horas editando para só depois postar em sua página na rede social, a fim de que seus milhares de seguidores

²² Entrevista concedida à autora. Íntegra no apêndice 4

²³ Disponível em: <https://www.nyfa.edu/student-resources/mobile-photography-from-smart-phone-to-the-real-digital-world/> acesso em 02 de julho de 2015

possam saber qual trabalho estão produzindo no momento.

Se tornou mais do que comum, meios de comunicação especializados em fotografia, citarem o Instagram como fonte. Por exemplo, no *British Journal of Photography*, encontramos matérias que falam sobre como “o artista vem expandido seu trabalho a partir da sua conta do Instagram” e ainda um caso específico quando, durante uma crítica de um trabalho recente de um fotógrafo, o jornalista levou em consideração na matéria a sessão de fotos que foi feita no Instagram do artista²⁴.

Para artistas integrados às novas mídias, a internet não é apenas um meio de comunicação, mas sim, um espaço para intervir artisticamente, um espaço público acessível. Muitos fotógrafos estão utilizando câmeras profissionais caríssimas para depois editar as imagens em aplicativos de celular e compartilhar no Instagram. No entanto, Sedorenko afirma que “as linhas entre fotografia de celular e câmeras DSLR estão se tornando cada vez mais tênues”, pois com avanços tecnológicos e uma demanda crescente por celulares com câmeras cada vez melhores, uma nova categoria de fotógrafos está surgindo: os fotógrafos que trabalham exclusivamente com smartphone. Aprofundando a reflexão sobre esse fato, Arlindo Machado aponta que:

Se toda arte é feita com os meios de seu tempo, as artes eletrônicas representam a expressão mais avançada da criação artística atual e aquela que melhor exprime sensibilidades e saberes do homem da virada do terceiro milênio. (MACHADO, 2004, pág 2)

Ele argumenta que a mídia eletrônica, com o passar do tempo, passou a ser vista como um “campo de possibilidades para expressão estética” (MACHADO, 2004, pág 2). Uma vez que, com o advento de um aplicativo como o Instagram, por exemplo, os usuários estejam livres para fazerem o uso que acharem melhor daquele espaço virtual, as possibilidades são infinitas e só descobertas através da interação entre as pessoas. A forma como usamos as mídias para produzir e consumir interfere diretamente no desenvolvimento das mídias. Por outro lado, o surgimento de novos aparatos tecnológicos afeta por completo a nossa forma de produzir e consumir cultura, imagens aqui obviamente incluídas.

²⁴ Disponível em: <http://www.bjp-online.com/2013/12/project-pressure/> e <http://www.bjp-online.com/2015/05/showstudio-nick-knights-digital-fashion-concept/> Acesso em 08 de agosto de 2015

Um exemplo desses processos é o trabalho dos chamados fotógrafos *mobile* que vêm modificando a indústria da fotografia radicalmente. Eles são profissionais que usam apenas os *smartphones* para produzir imagens, seja para uso exclusivo no Instagram ou, alguns ainda vão mais longe, para usar as fotografias feitas com celular fora do aplicativo, fazendo exposições ou até mesmo ganhando destaque em meios de comunicação tradicional. Pode-se argumentar que a fotografia de celular, que acontece dentro da ação, devido ao celular ser mais fácil de carregar e de fotografar sem ser visto, infere mais realidade a imagem, pois é capturada e logo postada, indicando uma possível menor interferência de edição.

Este movimento crescente de fotografia de celular abriu espaço para o surgimento da *Mobiography Magazine*²⁵, uma revista digital focada exclusivamente em fotografia de *smartphones*. Publicada bimestralmente, a revista é disponibilizada em versões para Ipad, Iphone e celulares com sistema Android, e apresenta dicas de como melhorar sua fotografia *mobile*, lançamentos de aplicativos de edição de imagens e entrevistas com fotógrafos de *smartphones* que estão em ascensão.

Figura 4: Capas de algumas edições da revista



Fonte: google

Em entrevista ao *Huffington Post*²⁶, em 2014, Andy Butler, criador da *Mobiography*, explica que, para ele, o mais importante da fotografia *mobile* é o aspecto humano, e até hoje se impressiona com o que é produzido através das câmeras de celular.

²⁵ Mais informações podem ser encontradas em seu website <http://www.mobiography.net>. Acesso em 19 de fevereiro de 2016

²⁶ A entrevista na íntegra pode ser encontrada em http://www.huffingtonpost.com/grryo/about-mobiography_b_6285716.html. Acesso em 19 de fevereiro de 2016

“Estou admirado com a qualidade do trabalho que está sendo apresentado em sites como Flickr e Instagram. São sites como esses que estão oferecendo aos fotógrafos uma vitrine internacional para mostrar o seu trabalho que é fantástico” E acrescenta, dizendo que são “pessoas comuns fazendo trabalhos comuns, mas graças a fotografia *mobile* e as mídias sociais estão produzindo um trabalho extraordinário”²⁷.

Esta reformulação do conceito de fotografia de celular vem acontecendo tão fortemente que até mesmo a revista internacional National Geographic também começou a aderir à ideia. Em sua página na internet, criou uma seção específica para dar destaque aos perfis dos fotógrafos da revista no Instagram. Chamada de “Teste de Campo”²⁸, esta seção mostra os bastidores das reportagens, similar ao que já fazem no Instagram, agora dando atenção ao aplicativo na sua página da internet.

O fotógrafo Eberson Arruda (@dickarruda), que em sua conta do Instagram compartilha fotos capturadas apenas com o celular, afirma que “A fotografia é uma forma de arte, e não importa qual a tecnologia a ser usada, mas sim a sensibilidade que retrata essa arte”²⁹. Nos quatro anos que usa Instagram, Arruda já conseguiu levar sua fotografia *mobile* para publicações no Mato Grosso do Sul, em São Paulo e também fez duas exposições com essas imagens, totalmente editadas em um celular. Para ele, “hoje o mercado pensa muito diferente de alguns anos atrás, e isso faz com que a arte possa ser propagada”.

Lemos explica que “os segredos dos objetos nunca são revelados (...) a sua existência só é percebida pela nossa experiência” (LEMOS, 2012, p. 21), nos indicando como a apropriação do Instagram serviu de base para o surgimento de novos fotógrafos. Através da ótica da artemídia, podemos entender melhor a criação artística que é feita a partir de plataformas online. Como vimos, a arte faz uso de toda a tecnologia que tem à disposição no momento, e no caso do Instagram, é através do uso de artistas e fotojornalistas, que a plataforma se expande para limites antes impensáveis. Machado afirma que:

²⁷ Tradução da autora “I’m in awe of the quality of work being pushed out on sites like Flickr and Instagram. Its sites like these that are giving photographers a world stage to showcase their work which is fantastic” e “Ordinary people doing ordinary jobs but thanks to mobile photography and social media are producing extraordinary work.

²⁸ Tradução da autora “Field Test”

²⁹ Entrevista concedida à autora. Íntegra no apêndice 3

A artemídia, como qualquer arte fortemente determinada pela mediação técnica, coloca o artista diante do desafio permanente de, ao mesmo tempo em que se abre às formas de produzir do presente, contrapor-se também ao determinismo tecnológico, recusar o projeto industrial já embutido nas máquinas e aparelhos, evitando assim que sua obra resulte simplesmente num endosso dos objetivos de produtividade da sociedade tecnológica. (MACHADO, 2004, p. 6)

A fotografia no Instagram serve de excelente exemplo de artemídia uma vez que a rede social serve com um meio para divulgação de trabalhos de artistas. É de graça, popular e sem discriminações. Todo fotógrafo tem uma chance igual, o desafio é se destacar. Podemos buscar os dados que comprovem essa afirmação na própria rede social. O já citado fotojornalista David Guttenfelder tem atualmente 759 mil seguidores, enquanto a blogueira Nina Santana (@niinasantina), 856 mil, compartilhando fotos do seu dia-a-dia, lugares que vai e roupas que usa. Temos ainda exemplos de pessoas que não vivem de redes sociais, como o piloto Adam Senatori (@adamsenatori), com 1,4 milhão de seguidores, e sem nenhuma educação formal em fotografia, conseguiu se tornar muito popular na rede social ao postar fotos aéreas, tiradas da sua cabine de piloto. De Wisconsin a Dubai, Senatori consegue, através do Instagram, mostrar a sua visão de mundo, muitas vezes literalmente. Podemos confirmar o seu sucesso na rede, se compararmos o número de seguidores de Senatori e David Alan Harvey. O último embora membro da Magnum Photos, e atual fotógrafo da National Geographic, conta com apenas 360 mil seguidores, mesmo postando fotos dos bastidores de seus trabalhos documentais, de imersão em novas culturas, que mais tarde ganharão destaque em revistas e jornais.

Para atuar nas redes sociais, o verdadeiro artista deve, portanto, fugir de uma mera inclusão no meio, apenas reforçando os estímulos nas mídias de massa e sim, buscar uma estética mais individual nesta era eletrônica. O que tem se mostrado importante no Instagram é a capacidade de mostrar um ponto de vista único, saindo do lugar comum. Stockler, que tenta expressar essa visão mais independente em seu perfil, afirma que houve um momento em que seus próprios seguidores “passaram a reconhecer uma linguagem ali”, e que “outros integrantes da rede social comentavam sobre a definição dessa “autoralidade”. Stockler, em seu perfil, apresenta fotos que são verdadeiras releituras dos lugares por onde ele passa, e que demonstram um olhar sensível sobre o dia-a-dia, sempre acompanhadas de textos e reflexões próprias.

Figura 5: Fotos compartilhadas no Instagram por Renato Stockler



Fonte: perfil do instagram³⁰

Para o fotógrafo Tuca Reinés (@tucareines), o Instagram “é um treino do olhar para todos, é mais um desafio para agradar como profissional”.³¹ O aplicativo funciona como um termômetro para o fotógrafo que pode aprender a ver “o que as pessoas estão gostando”. Quando questionado sobre fotografia de celular, o fotojornalista é bem direto, “instrumento não faz o músico”. Reinés acredita que esta modalidade é mais uma forma de criar imagens, uma vez que “o celular é uma câmera também e cada um tem o equipamento para aquilo que fotografa”. Ele entende que para imagens menores o celular funciona sem problemas.

São essas imagens menores, compartilhadas no Instagram, que estão, cada dia mais, permitindo que fotógrafos amadores ganhem destaque e se profissionalizem. Essa nova leva de profissionais, nascida ou impulsionada pelas redes sociais são o que chamaremos de fotógrafos de Instagram, uma nova categoria dentro da fotografia que faz referência a profissionais que trabalham exclusivamente para postar as suas imagens com teor fotojornalístico, nessa rede social.

Os *Instagramers* profissionais, como são também conhecidos, podem ser os fotógrafos de celular, que foram mencionados acima, e que compartilham suas imagens muitas vezes junto às *hashtags*: *Iphoneonly* ou *mobilephotography*, para deixar explícito

³⁰ <https://www.instagram.com/renatostockler/>

³¹ Entrevista concedida à autora. Íntegra no apêndice 5

que as imagens distribuídas por eles são capturadas com tecnologia acessíveis a todos. Segundo Arruda, informar a origem das imagens de celular é importante pois mostra para as pessoas que “a tecnologia que elas usam diariamente não serve apenas para troca de mensagens, mas é uma forma de retratar lugares e situações do dia a dia”.

Por outro lado, os *Instagramers* profissionais também podem estar munidos de câmeras DSLR profissionais, que produzem imagens em alta definição. O que importa nessa situação é que essas imagens, depois de editadas, se reduzem a fotos no formato do pequeno quadrado de 640px da rede social, assim como as capturadas pelas lentes de um celular. O comum entre as duas categorias de fotógrafos é o espaço e o respeito que eles estão ganhando no meio da fotografia. Por trabalharem dentro da rede social, eles têm acesso ilimitado a pessoas ao redor do mundo. Podem ser admirados por pessoas na China e trabalharem exclusivamente em NY. Podem residir em Paris, como é o caso do fotógrafo VuTheara Kham, com um milhão de seguidores, e que explica em sua página na internet que “descobriu a fotografia graças ao Instagram”.

Outro exemplo interessante é o do carioca Paulo Del Valle (@paulodelvalle), que tem como carreira viajar pelo mundo e expor seu trabalho na rede social. Del Valle tem 285 mil seguidores e visita muitas cidades a convite de câmaras de turismo de cada lugar. Em seu site, afirma que começou a postar por brincadeira e depois de três anos tinha 200 mil seguidores na rede social.³² Para o fotógrafo, as redes sociais “já se tornaram a melhor forma de um fotógrafo divulgar seu trabalho e ganhar dinheiro com isso. Existem muitos fotógrafos que são extremamente talentosos e não fazem parte do Instagram. Se fizessem, poderiam conseguir mais admiradores, vender mais fotos e ter a chance de trabalhar com marcas. Eu não era um fotógrafo antes e me tornei um por causa do Instagram”³³. Del Valle realizou, em janeiro de 2016, sua primeira exposição de fotografia, no Fashion Mall, no Rio de Janeiro.

Quando questionado sobre fotografia de celular, o fotógrafo tem uma opinião bem particular, tendo em vista o sucesso desta nova forma de fotografar e se considerarmos que trabalha justamente com redes sociais. Para ele “a fotografia mobile tem avançado, mas precisa melhorar muito.” E acrescenta que por enquanto, vê este tipo de fotografia, somente como uma coisa para redes sociais. “Muitas marcas contratam *mobile photographers* para campanhas na internet, por exemplo. Os celulares são capazes de criar

³² Informação encontrada em <http://paulodelvalle.com/sobre/> Acesso em 16 de fevereiro de 2016

³³ Entrevista concedida à autora. Íntegra no apêndice 8

belas fotos, mas ainda não são máquinas de altíssima qualidade”. Paulo Del Valle em seu Instagram posta fotos capturadas com uma câmera Sony A7R, semiprofissional.

O também brasileiro e *instagramer* profissional Danny Zappa (@dannyzappa) é outro exemplo de como o Instagram vem moldando a carreira de novos fotógrafos. Ele, que atua exclusivamente como *Social Media Content Creator*³⁴, conta que foi devido a sua popularidade crescente no aplicativo que decidiu mudar de carreira, pois “cada vez mais a fotografia foi tomando um papel principal passando de hobby para profissão”³⁵. No seu dia a dia, captura e edita imagens exclusivamente com o seu *Iphone*. Quando questionado sobre fotografia de celular, ele tem a opinião de que “a ferramenta de trabalho não é mais um indicador exclusivo de profissionalismo”.

A fotógrafa paulista, formada em economia, Chloé Catalano (@bohoside) concorda com essa afirmação, pois acredita que o Instagram “proporcionou uma forma de comunicação visual instantânea entre as pessoas”³⁶ uma vez que é “um canal livre e muito permissivo para a expressão do trabalho fotográfico e, também, para que esses novos fotógrafos tenham reconhecimento e sejam valorizados”. Assim como Zappa, ambos têm no Instagram o seu instrumento de trabalho principal, e Catalano também mudou de profissão por conta do aplicativo.

Outro *instagramer* brasileiro de sucesso é César Ovalle (@cesinha), fotógrafo que também faz questão de expor em sua página na rede social, que todas as fotos compartilhadas por ele são capturadas com seu celular, através do termo já citado “*iphoneonly*”. Cesinha, como é conhecido na rede social, acredita que o que importa ao fotógrafo em um mundo onde “a internet está mudando várias profissões” é conseguir entender o que o meio demanda, pois “se adaptar é a melhor maneira (de vencer), e se possível, prever o que vai vir pela frente.”³⁷

Dessa forma, o desafio para essa nova leva de fotógrafos é aceitar as imposições dos dispositivos ou ainda usá-las a seus favor. É aceitar que o Instagram não faz distinção entre uma adolescente popular e um fotógrafo da National Geographic, e usar o grande alcance da rede social, para se tornar influente além das páginas de revistas.

³⁴ Para Danny Zappa “A melhor definição para Social Media Content Creator é que crio conteúdo fotográfico exclusivo para marcas e suas redes sociais, com linguagem visual própria para cada meio”

³⁵ Entrevista concedida à autora. Íntegra no apêndice 2

³⁶ Entrevista concedida à autora. Íntegra no apêndice 7

³⁷ Entrevista concedida à autora. Íntegra no apêndice 1

5. ESTUDO DE CASO DA REVISTA *TIME* NO INSTAGRAM

A revista Time é uma publicação semanal americana, com seu escritório central localizado em Nova Iorque. Ela traz informações com teor jornalístico em um formato projetado para ser informativo, mas também sucinto e fácil de ler. Para isso, a Time sempre buscou dar as notícias através da imagem de pessoas centrais a cada história, e por muitas vezes, a capa da revista foi apenas o retrato de uma pessoa só. O destaque de “*Person of the Year*”, pela qual a revista é famosa, é também uma das consequências desse formato de transmitir notícias. Essa premiação, no entanto, até hoje gera muitas controvérsias, uma vez que busca apontar “o indivíduo ou grupo de pessoas que mais impactou as notícias em determinado ano”³⁸, o que não significa necessariamente a melhor pessoa do ano, o que muitos pensam ser o significado da lista.

Fundada em 1923, por Briton Hadden e Henry R. Luce, jornalistas que participaram juntos do Yale Daily news, jornal da Universidade de Yale, no Estados Unidos, a Time foi inicialmente focada na audiência americana, mas se expandiu para o mundo³⁹. Agora é responsável por diversas edições, como a *Time Europe*, publicada em Londres, que apresenta das notícias relativas ao Oriente Médio, África e America Latina; a *Time Asia*, publicada em Hong Kong; a *Time Canada*, baseada em Toronto e a edição do Pacífico Sul, publicada em Sidney, que cobre Austrália, Nova Zelândia e as ilhas do pacífico.

A revista sempre se destacou pelo seu estilo único, seu layout, com a capa de borda vermelha, modificada apenas uma vez em mais de 90 anos de história, quando virou preta, simbolizando luto, após o atentado de 11 de setembro. O formato da publicação, que virou padrão para revistas semanais de notícia, consiste em publicar grande número de artigos pequenos, que resumam informações de interesse público e teor jornalístico relativos a eventos atuais. Os artigos, organizados por departamento, incluem seções como artes, crítica de livros, negócios, educação, medicina, religião, esportes e relações internacionais. Para ilustrar esse material, a fotografia é amplamente utilizada.

Este uso pode ser explicado a partir dos retratos icônicos utilizados em suas capas, que se tornaram símbolos da revista. Outro ponto que destaca a importância dada ao

³⁸ Tradução da autora para “the individual or group of individuals who have had the biggest effect on the year's news”. Informação encontrada em [http://www.newworldencyclopedia.org/entry/Time_\(magazine\)](http://www.newworldencyclopedia.org/entry/Time_(magazine)) Acesso em 15 de fevereiro de 2016

³⁹ Informações encontradas em [http://www.newworldencyclopedia.org/entry/Time_\(magazine\)](http://www.newworldencyclopedia.org/entry/Time_(magazine)) Acesso em 15 de fevereiro de 2016

fotojornalismo na revista é a premiação “TIME’S Best Photojournalism”, publicado ao final de cada ano, ressaltando o melhor trabalho de fotorreportagem, eleito pelo departamento de fotografia da Time. Nestas reportagens, a revista apresenta todo o esforço que foi aplicado em função do fotojornalismo, recapitulando as maiores e melhores reportagens que fez durante o ano, buscando sempre reafirmar, como fizeram na reportagem de 2014, “o comprometimento da Time com o fotojornalismo”⁴⁰, e lembrando na reportagem de 2015, como “os fotógrafos da Time realçaram a importância da fotografia nesses tempos difíceis.”⁴¹

Figura 6: Diversas capas da revista TIME



Fonte: google

Esta influência da Time na fotografia, e em especial no fotojornalismo, é tamanha, e pode ser explicada através dos mais variados exemplos. Um deles está na origem da revista Life, uma das mais influentes na história do fotojornalismo, comprada por Henry R. Luce, co-fundador da Time, quem a transformou e consagrou o estilo pela qual ficou

⁴⁰ Tradução da autora “TIME’s commitment to photojournalism remained as strong as ever ” Trecho encontrado em <http://time.com/3593169/best-photojournalism-of-2014/> 15 de fevereiro 2016.

⁴¹ Tradução da autora “TIME photographers highlighted, once again, the importance of photography in these trying times.” Trecho encontrado em <http://time.com/3692917/time-best-photojournalism-of-2015/> Acesso em 15 de fevereiro de 2016.

conhecida. Quando Luce comprou a *Life*, 1936, esta se tratava de uma revista conhecida pelos cartoons, séries de Pin-up, textos humorísticos e pelas críticas de teatro e cinema. Após ter sido adquirida pelo então editor da *Time*, foi reformulada para se tornar um berço para evolução do fotojornalismo, dando espaço para fotógrafos como W. Eugene Smith, Margaret Bourke-White, Alfred Eisenstaedt, que ajudaram a eternizar esta revista fotográfica que narrou o século 20. Encerrada em no ano 2000, o site da revista *Time* mantém uma seção especial para celebrar todo o arquivo fotográfico desta publicação tão emblemática.⁴² A página na internet da *Time* também disponibiliza todo o acervo de capas e edições da revista já publicadas, desde 1923.

Dessa forma, podemos entender um pouco melhor como a *Time* é um exemplo de transição do meio impresso tradicional para o digital. De especial interesse pela atenção dada à fotografia na revista, é o espaço *Time Lightbox* no site da publicação. Lançado em 2011, o blog é um trabalho colaborativo de todo o departamento de fotografia da *Time*. Ele é “uma janela para o processo de como grandes fotografias são feitas, e é um meio de chamar atenção para projetos inspiradores e trabalhos inovadores de mestres consagrados e novos pioneiros”⁴³, conforme é explicado pela *Time* em seu site.⁴⁴

Em entrevista ao site da revista britânica *British Journal Of Photography*⁴⁵, em um artigo denominado “Tempos de mudança: como o *Lightbox* renovou o compromisso da *Time* com a fotografia”⁴⁶, Paul Moakley, o diretor adjunto de fotografia da *Time*, explica que antes do blog ser criado, ele acreditava que algo estava faltando no site, “eu senti que a *Time* não tinha uma presença marcante em termos de fotografia, especialmente para uma revista que é principalmente impulsionada pela fotografia”⁴⁷. O *Lightbox* deu a oportunidade para a *Time* de criar um portal para apresentar excelente fotografia.

Kira Pollack, diretora de fotografia da *Time*, complementa explicando que assim que entrou na revista, em 2009, sentiu “que o espaço para fotografia era tão limitado e que precisava evoluir para ser um lugar onde os grandes fotógrafos com quem trabalhávamos

⁴² <http://time.com>

⁴³ Tradução da autora para “LightBox provides a window into the process of how great photographs are made, and is a means of drawing attention to inspiring projects and groundbreaking work by established masters and new pioneers”

⁴⁴ Informação encontrada em <http://lightbox.time.com/about/> Acesso em 16 de fevereiro de 2016

⁴⁵ Informação encontrada em <http://www.bjp-online.com/2013/07/changing-time-how-lightbox-has-renewed-times-commitment-to-photography/> Acesso em 16 de fevereiro de 2016

⁴⁶ Tradução da autora para “Changing Time: How LightBox has renewed Time’s commitment to photography”

⁴⁷ Tradução da autora para ““I felt *Time* didn’t have a strong photo presence, particularly for a magazine that’s mostly driven by photography.”

iriam expor seus trabalhos da melhor maneira possível.” Pollack, então complementa que o projeto “acabou por inspirar outras páginas da revista em termos de como fotografia deveria ser mostrada”, afirmando que “nós tentamos atrair nosso leitores a pensar sobre o que acontece por trás das imagens”⁴⁸. A revista também passava por um processo de reformulação enquanto a equipe de fotografia elaborava o Lightbox. Depois que o blog foi lançado, todas as galerias e formas que a fotografia era apresentada no site foram modificadas.

Esse esforço constante de valorizar a fotografia, de apresentá-la da melhor maneira possível, seja nas páginas da revista ou online, está presente também nas redes sociais. Há menos de um ano, os editores de fotografia da Time resolveram levar todo trabalho do Lightbox ao Instagram. Em seu perfil, o Time LightBox apresenta o projeto, explicando que é uma espaço reservado para “o melhor da fotografia documental e oferece um olhar por trás das câmeras, do trabalho interno do departamento de fotografia da TIME.”⁴⁹ Em seu perfil apresentam os bastidores de diferentes reportagens fotográficas, desde o movimento de refugiados sírios que chegam à Europa até fotografias que documentam os festivais de rodeio nos Estados Unidos.

A Time, além deste perfil no Instagram, também administra o perfil da revista. Neste, ela apresenta as reportagens que estão em andamento, onde a revista indica se serão publicadas na versão impressa ou no site, e as futuras capas da revista, muitas vezes em formato animado, como pequenos vídeos⁵⁰. Foi neste perfil, que a Time elaborou uma das coberturas fotojornalísticas mais inovadores até hoje, fotografou nos Estados Unidos, o Furação Sandy, o ciclone tropical que afetou Jamaica, Cuba, Bahamas, Haiti, República Dominicana, e alguns estados da costa leste dos EUA, entre eles Nova Iorque e Nova Jersey, no dia 28 de Outubro de 2012.

Para esta tarefa, a revista Time selecionou fotógrafos profissionais para explorar as ruas de Nova Iorque, munidos apenas de *Iphones*, para documentarem ao vivo, as preparações para o furacão assim como os destroços que seriam deixados pelo Sandy.

⁴⁸ Tradução da autora para “I felt the canvas for photography was so limited and it needed to evolve to exist as a place where the great photographers we work with could exhibit their work in the best way possible (...) And we ended up inspiring other parts of the magazine in terms of how photography should be displayed (...) we try to get these readers to think about what goes on behind the images.”

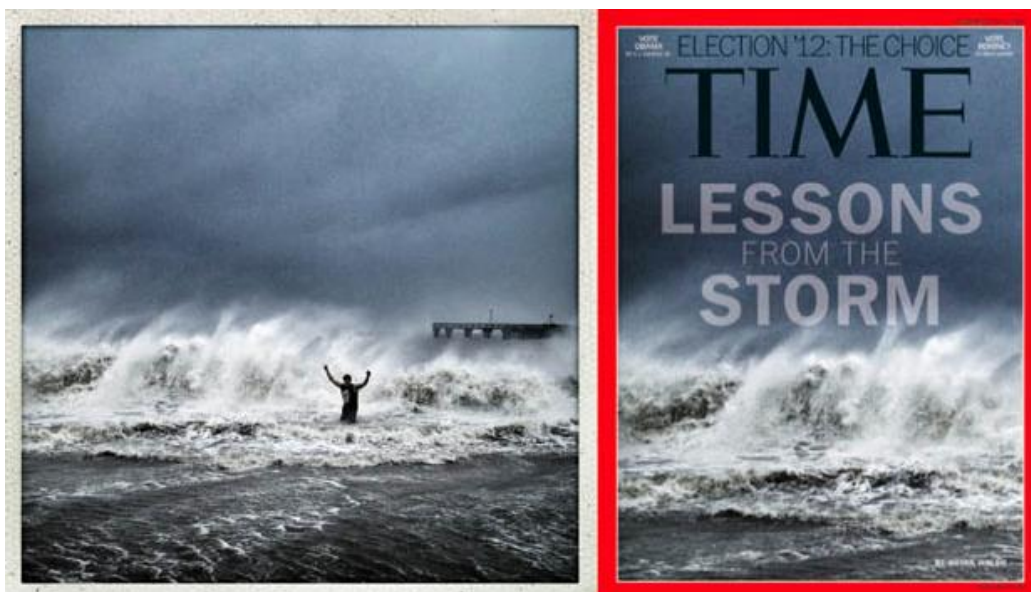
⁴⁹ Tradução da autora para “TIME LightBox showcases the best of documentary photography, and offers a behind-the-scene look at the inner workings of TIME's photo department” Informação encontrada em <https://www.instagram.com/timelightbox/> Acesso em 15 de fevereiro de 2016

⁵⁰ Encontrado em <https://www.instagram.com/p/BBpdsK8q69q/?taken-by=time> Acesso em 16 de fevereiro de 2016

Foram escolhidos ao todo cinco fotógrafos, Michael Christopher Brown, Benjamin Lowy, Ed Kashi, Andrew Quilty e Stephen Wilkes, todos usuários fervorosos do Instagram, que se espalharam por três regiões diferentes, New York City, o litoral de Nova Jersey e o sul Connecticut. Eles tiveram acesso livre ao perfil da Time no Instagram e estavam liberados a postar todas as fotos que acreditassem que mereciam destaque, sem passar pela aprovação dos editores. Sobre esta decisão, que a impedia de ver as fotos antes de serem publicadas, a diretora de fotografia, Pollack, contou em entrevista à Forbes⁵¹ que é apenas uma questão de “escolher os fotógrafos certos”⁵².

O sucesso desse projeto não poderia ter sido melhor. O perfil da Time no Instagram ganhou 12 mil seguidores em um período de apenas 48 horas e uma das fotos de Benjamin Lowy acabou por ser selecionada como uma das capas da Time naquela semana. Enquanto a resolução não era excepcional, segundo Pollack, a imagem foi mais que suficiente para representar o ocorrido, para ela, a imagem “reproduziu lindamente. Tinha uma qualidade quase pictórica embutida nela”⁵³.

Figura 7: Imagem com a foto no Instagram e a capa da TIME



Fonte: petapixel.com⁵⁴

⁵¹ Informação encontrada em <http://www.forbes.com/sites/jeffbercovici/2012/11/01/why-time-magazine-used-instagram-to-cover-hurricane-sandy/#385a66b92e21> Acesso em 16 de fevereiro de 2016

⁵² Tradução da autora para ““You have to pick the right photographers.”

⁵³ Tradução da autora para “It reproduced beautifully. There’s almost a painterly quality to it.”

⁵⁴ <http://petapixel.com/2012/11/01/why-time-magazine-used-instagram-to-cover-hurricane-sandy/>

Kira Pollack, explicou também, em entrevista a FolioMag⁵⁵, que a seleção do Instagram, como veículo de divulgação naquele momento, não foi pela crescente popularidade do aplicativo, mas sim pela sua facilidade. “Nós apenas pensamos, esta será a forma mais rápida de cobrir isto, e a rota mais direta (...)é uma questão de o quão rápido nós podemos levar essas fotos aos nossos leitores”.⁵⁶

Apesar de afirmar que não foi uma decisão estética, a revista pareceu entender que as fotos produzidas pelas câmeras de *Iphone*, durante o desastre natural, eram de uma qualidade informativa tamanha, que decidiram também disponibilizar todas elas um tempo depois, no Lightbox. A escolha pelo Instagram foi, então, além de tudo, mais uma prova de como o aplicativo está revolucionando a indústria do fotojornalismo.

Outro exemplo do reconhecimento dado ao Instagram pela Times é o caso do fotógrafo Devin Allen, que ganhou bastante atenção após documentar os protestos em Baltimore. Em abril de 2015, o jovem negro Freddy Gray, de 25 anos, foi assassinado pela polícia local, após ficar uma semana em coma devido a abusos de policiais. O caso repercutiu mundialmente e levou a uma série de protestos na cidade, questionando o abuso do poder policial contra negros. As manifestações que se iniciaram pacíficas, foram tomando proporções mais violentas. O jovem fotógrafo amador, de 26 anos, de West Baltimore, se viu no meio dos acontecimentos.

Allen, que até então apenas aspirava ser um fotógrafo profissional, trabalhando com amigos como modelos e fotografia de rua, resolveu levar ao Instagram o que estava acontecendo em sua cidade. Foi aí que a sua carreira mudou de vez. As fotos compartilhadas nas redes sociais eram únicas, os melhores relatos visuais de uma situação confusa, em que os fotógrafos profissionais estavam tendo dificuldade de cobrir.

As fotos de Allen então, rapidamente, foram encontradas pela BBC e a CNN e publicadas em seus sites. As imagens foram também compartilhadas por milhares de pessoas na rede, até mesmo pela cantora Rihanna. Foi então, que uma dessas imagens chamou atenção especial da revista Time, a fotografia de um homem correndo de um enorme grupo de policiais, o homem em primeiro plano, perto da câmera, desfocado e os policiais atrás, em formação, sob o foco. Esta imagem bastante representativa do confronto foi escolhida para ilustrar a capa da revista na semana, o que é significativo por duas razões:

⁵⁵ <http://www.foliomag.com/2012/time-turns-instagram-sandy-coverage/> Acesso em 16 de fevereiro de 2016

⁵⁶ Tradução da autora para “We just thought this is going to be the fastest way we can cover this and it’s the most direct route (...) It was about how quickly can we get pictures to our readers.”

uma é o fato de não se tratar dos famosos retratos das capas da Time e a outra, por ser a foto de um fotógrafo amador, retirada do Instagram.

O fotógrafo conta em entrevista à Time⁵⁷ “Quando eu tirei aquela foto, eu achei que fosse uma boa imagem, então eu passei (da minha câmera) para o meu celular. Assim que eu terminei, os policias estavam todos a minha volta. Eu estava no meio de tudo”.⁵⁸

Figura 8: Capa da TIME com a foto de Devin Allen



Fonte: Lightbox⁵⁹

O total das 12 fotos compartilhadas por Allen, agora podem ser vistas no blog Lightbox, junta à explicação de como a Time decidiu por essa capa. Neste artigo, Paul Moakley, diretor adjunto de fotografia da revista, explica que “a fotografia captura

⁵⁷ Informação encontrada em <http://time.com/3841077/baltimore-protests-riot-freddie-gray-devin-allen/>
Acesso em 16 de fevereiro de 2016

⁵⁸ Tradução da autora para “When I shot that, I thought it was a good picture, so I uploaded [from my camera] to my phone. By the time I’d done that, the police was all around me. I was in the middle of it.”

⁵⁹ time.com/lightbox/

perfeitamente a intensidade e a natureza caótica dos protestos, sendo assim uma escolha natural para a capa da Time⁶⁰.

Após a publicação da foto na capa da Time, o trabalho de Allen vem sendo requisitado por todo o mundo. Ele ganhou destaque na New York Magazine, no Washington Post, no New York Times, no Yahoo! e em varios jornais locais. O seu trabalho ja foi exibido em museus em Baltimore, Washington D.C. e no Photoville em Nova Iorque. Allen conseguiu também acordos com marcas como a Under Armor e Samsung, que patrocinou o seu programa de workshops de fotografia para jovens. O caso de Allen é um bom exemplo de como o Instagram está, cada dia mais, sendo visto como uma real fonte de boas imagens documentais.

⁶⁰ Tradução da autora para “The shot perfectly captures the intensity and chaotic nature of the protests, making it the natural choice for TIME’s cover”

6. CONCLUSÃO

A transformação no contexto estrutural da fotografia, a partir da alteração do panorama vigente de difusão de informação, trouxe implicações para o fotojornalismo. Tanto a profissão quanto o profissional estão tendo que se adaptar às mudanças recentes, sendo o surgimento e a popularidade do aplicativo Instagram, uma das mais significativas. Dessa forma, chegamos ao fim deste trabalho com a certeza de que este aplicativo impactou a maneira de se relacionar com a fotografia, a forma como o fotojornalista interage com o público, as novas maneiras de encarar a questão da imagem de qualidade versus baixa resolução e também, o caminho para a formação do profissional. Assim, a apropriação do Instagram pelo fotojornalismo, reformulou as definições desta vertente da fotografia.

Como vimos em nosso debate teórico, o desenvolvimento de tecnologias, as inovações como a internet e as mudanças na dinâmica de comunicação são alguns dos fatores que tornam o mundo cada vez mais globalizado. A entrada do fotojornalismo no Instagram é um exemplo desta globalização e de mudança na velocidade da passagem de informação. Pelo ângulo das redes sociais, vimos que o surgimento desse meio online de relacionamento interpessoal é dotado de propriedades específicas que possibilitam a criação de um ambiente bastante fértil para a fotografia. Se analisarmos pelo ponto de vista do fotojornalismo, conseguimos entender ainda mais o porquê da sua entrada nas redes sociais, uma vez que as mensagens embutidas em suas imagens conseguem ir mais longe, ganhando atenção das mais variadas pessoas.

Foi também através de entrevistas com fotógrafos que essa pesquisa conseguiu entender melhor o posicionamento dos principais atores nestas mudanças no fotojornalismo. No entanto, o que encontramos não foi uma absoluta aceitação do Instagram, e sim, algumas opiniões divergentes. Dentre os fotógrafos entrevistados, alguns apontaram questões negativas sobre o aplicativo, como a enxurrada de imagens presentes ali, algumas que apenas representam um mau gosto de pessoas que povoam o aplicativo. Com isso, as imagens com teor fotojornalístico têm dificuldade de se sobressair, pois profissionais disputam espaço com amadores. Essa visão, um pouco mais pessimista, não impede que as fotos de qualidade se destaquem no aplicativo e a procura dos usuários por imagens de qualidade é evidenciada pelo alto número de seguidores de fotojornalistas de renome, por exemplo.

O estudo de caso apresentado ao final da monografia é a prova de como é preciso se adaptar e entender que apesar de claros pontos negativos, o aplicativo ainda oferece uma nova rota para o fotojornalismo atual. A análise da revista Time se mostrou um rico material para testar e colocar à prova estas hipóteses. O que se notou a partir do estudo de caso é que a mídia tradicional está, cada dia mais, valorizando o poder informativo da internet. No caso da Time, mostramos o posicionamento da editora de fotografia que afirmou escolher o Instagram para a cobertura do Furacão Sandy, entendendo que apesar da resolução das imagens não ser excepcional, ainda assim o aplicativo era a melhor forma de chegar aos leitores naquela ocasião.

Casos como esse levantam o debate sobre de que forma o fotojornalismo deve se inserir no Instagram⁶¹. A questão mais polêmica que vem sendo abordada é a presença de imagens de áreas em conflito, o fotojornalismo de guerra, que parece se destacar no aplicativo. Dividindo opiniões, quem se opõe a essa prática no Instagram, como a pesquisadora Meryl Alper⁶², acredita que ao usar a natureza casual do aplicativo, estariam suavizando o teor caótico da guerra. Além disso, devido ao fato de que nem todos tem acesso igual as tecnologias digitais, o retrato de guerras no Instagram, se tornaria muito parcial, até porque os fotojornalistas acabam tendo mais acesso aos soldados do que as populações afetadas.

No entanto, quem defende o outro lado da questão acredita que a tecnologia é uma aliada muito especial quando trata-se de documentar conflitos. A rapidez da internet, e consequentemente do Instagram, aliada a praticidade de *smartphones* adiciona uma camada de flexibilidade ao trabalho do fotógrafo, que uma vez nas condições adversas de uma guerra precisa de toda ajuda necessária.⁶³

Por fim levantamos a percepção de que o Instagram como qualquer outra ferramenta tecnológica, deve ser usado com cautela, mas entendemos também que apesar de algumas opiniões divergentes, o aplicativo se configura como um bom caminho para fotojornalistas exporem seu trabalhos e, também, como uma boa plataforma de difusão de informação. Por ser rápido e prático, o Instagram, desde o seu surgimento, chamou atenção

⁶¹ Outros exemplos que podem ser citados são os perfis no Instagram do jornal The Guardian, da Revista New Yorker, do portal de notícias G1 e também dos departamentos das agências internacionais de notícia como a Reuters, AP Images e a Agence France-Press Photo.

⁶² Informações encontradas em <http://www.digitaltrends.com/social-media/should-instagram-go-to-war/> Acesso em 17/02/2016

⁶³ Informações encontradas em <http://www.americanphotomag.com/photojournalists-move-instagram-syria-sandy> Acesso em 17/02/2016

de especialistas em fotografia, e passados seis anos, fotógrafos ao redor do mundo continuam expandido o seu limite como ferramenta profissional.

Essa praticidade levanta um outro debate, o do surgimento e fortalecimento do fotojornalismo cidadão, que pode ser explicado como pessoas comuns que utilizam a fotografia como meio de expressão, informação e denúncia e, com isso, são transformadas em sujeitos participativos da ação. A possibilidade de compartilhar fotos para milhões de usuários da rede social abre espaço para pessoas cujo ponto de vista era ignorado, mas agora têm acesso a um novo canal de expressão. Esses relatos visuais se transformam em documentos sociais, que são compartilhadas em um quase tom de conversa, devido a natureza informal das redes sociais. Outro ponto importante a ser analisado é a maior facilidade de decifrar as intenções do fotojornalismo cidadão, quando comparadas as da mídia tradicional. A possibilidade deste novo seguimento de fotógrafos crescer no Instagram é digno de um debate futuro.

Atrelado a esta ideia de fotojornalismo advindo de dispositivos digitais de amadores, está a necessidade de pensar no futuro do fotojornalismo. A partir do debate apresentado neste trabalho, sobre o ângulo da popularidade conseguida por fotojornalistas no Instagram, o aplicativo pode representar um novo caminho para esta vertente da fotografia, que muitos acreditam estar em crise, pelo menos em formato impresso. Desafios como baixa remuneração, direitos autorais negligenciados e concorrência de amadores, constroem uma cena de desesperança para fotojornalistas. No entanto, enfrentando também a indiferença popular perante suas fotos, consequência de imagens previsíveis apresentadas pelo fotojornalismo preso à linhas editoriais, as novas tecnologias podem ser uma fonte de esperança para esses profissionais.

Assim, a compreensão sobre o papel do Instagram neste processo de reinvenção do fotojornalismo se faz necessária, uma vez que se comunicar mais diretamente com a audiência se tornou um requisito para os profissionais. É uma forma de lucrar futuramente, ao alcançar novos públicos, sem ter que monetizar a relação imediatamente. Essa audiência conquistada na rede social, se sente parte de uma comunidade, seja a do fotógrafo ou de um coletivo de imagens. No futuro, são eles quem vão apoiar projetos ou comprar livros de fotografia. Esse novo fotojornalismo deve se libertar das amarras do pragmatismo típico do meio e buscar um novo rumo, podendo este ser apoiado nas fotos compartilhadas no Instagram disponíveis para seus 400 milhões de usuárias

REFERÊNCIAS

- ARAGAO, Rodrigo Martins. *Usos Jornalísticos do Instagram: Aproximações a partir do JC Imagem*. In: XIV Intercom, Recife, PE, 2012.
- BARBALHO, Marcelo Leite. *Fotojornalismo expandido: Fotógrafo e reportagem visual no atual sistema de produção e difusão de notícias*/Marcelo Leite Barbalho – Rio de Janeiro; UFRJ/ECO, 2015.
- BECKER, Beatriz. *Pensando e fazendo jornalismo audiovisual: a experiência do projeto TJ UFRJ*. Rio de Janeiro: E-papers, 2012.
- BECKER, Beatriz. ; Maldonado, Oscar . *Reconfigurações da mediação jornalística na contemporaneidade: Processos colaborativos de construção de notícias no CNN iReport & NowPublic*. Estudos em Comunicação/Communication Studies, v. 9, p. 197-222, 2011.
- BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*/ Walter Benjamin; tradução Sergio Paulo Rouanet; prefácio Jeanne Marie Gagnebin- 8 Ed. Revista- São Paulo: Brasiliense, 2012- (Obras Escolhidas v.1)
- CASTELLS, Manuel. *A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*/ Manuel Castells; tradução, Maria Luiza X. de A. Borges; revisão técnica, Paulo Vaz - Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.
- GIACOMELLI, I. L. *Impacto da Fotografia Digital no Fotojornalismo Diário: Um Estudo de Caso*. 1v. 105p. Dissertação de Mestrado. UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA. 2000.
- KOZINETTS, Robert V. T. *Click to connect: netnography and tribal advertising*. Journal of Advertising Research. p. 279-288, sep. 2006.
- LEMOES, André. *A comunicação das coisas. A internet das coisas e a teoria do ator-rede*. Salvador, apresentado no SimSocial, 2012.
- LÈVY, Pierre. *“O que é o virtual?”* Tradução: Paulo Neves. São Paulo: Editora 34, 1996
- LIMA, Nilma Regina Mendes. *Intimidade Compartilhada: a espetacularização do eu nas redes sociais - um estudo analítico do Facebook*. Intercom Manaus, 9/2013.
- LISSOVSKY, Maurício. *Dez proposições acerca do futuro da fotografia*. Revista Facom, primeiro semestre, p. 04-15, 2011.
- MACHADO, Arlindo. *Arte e mídia: aproximações e distinções*. Revista Eletrônica E-Compós, edição 1, 2004.
- MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Ed. Cultrix, 1979.
- MUNHOZ, Paulo. *Estágios de desenvolvimento do fotojornalismo na Internet*. Diálogos &

Ciência. Revista da rede de ensino FTC. Salvador: 2007. Disponível em www.ftc.br/dialogos. Acesso em: 25 de janeiro de 2016.

OLIVEIRA, Erivam Moraes de. *Da fotografia analógica à ascensão da fotografia digital*. Covilhã -Portugal, Biblioteca On Line de Ciências da Comunicação, Universidade da Beira Interior. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/oliveiraerivamfotografiaanalogicafotografia-digital.pdf>> Acessado em: 25 janeiro 2016.

_____. *As mídias digitais como suporte comunicacional: O renascimento do fotojornalismo nas ondas tecnológicas*. Artigo apresentado no ENPJ – Encontro Nacional de Professores de Jornalismo, organizado pelo FNPJ – Fórum Nacional de Professores de Jornalismo e pela UFU – Universidade Federal de Uberlândia, em abril/2012

PIRES, Francisco Quinteiro. *Fotojornalismo em crise?* ZUM Revista da Fotografia. Rio de Janeiro, número 6, p. 138- 151, 2014.

RECUERO, Raquel. *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção Ciberultura) 191 p.

SILVA, Patrícia Rocha da. *A ação dos jornalistas na noticiabilidade de reportagens de comportamento: a gênese das pautas no suplemento temático Meu Filho, do jornal Zero Hora*. In: XXVIII Intercom, Rio de Janeiro, RJ, 2005.

SILVA JUNIOR, José Afonso da. *Cinco hipóteses sobre o fotojornalismo em cenários de convergência* . In: XX Encontro Nacional da Compós, Porto Alegre, RS, 2011.

SIMÕES, Isabella de Araújo Garcia. *A Sociedade em Rede e Ciberultura: dialogando com o pensamento de Manuel Castells e de Pierre Lévy na era das novas tecnologias de comunicação*. Revista Eletrônica Temática. Ano V, n. 05 – Maio/2009

SOUSA, J. P. (2002). *Fotojornalismo – Uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa*. [On-line]. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt>. Consultado em 11 de Fevereiro de 2009.

_____. *Uma História Crítica do Fotojornalismo Ocidental*, Florianópolis: Letras Contemporâneas, 1998.

TACCA, Fernando de. *Surgimento do Fotojornalismo*. São Paulo; IA/Unicamp, 2013.

TARGA, Renato. “*Redes e Comunidades*”. In: BRAMBILIA, Ana (org.). “Para entender as mídias sociais 2”. Salvador, BA: Edições VNI, 2012.

APÊNDICES

Entrevistas

APÊNDICE 1 CÉSAR OVALLE

Fotógrafo, 388 mil seguidores, vive em São Paulo.

Para você, qual a importância de um fotógrafo ter uma conta no Instagram? por que você resolveu fazer a sua?

Quando fiz a minha não havia importância alguma... o aplicativo tinha 2 ou 3 dias de vida apenas e era limitado somente aos usuários do iPhone. Hoje acredito que muita coisa mudou, então acredito que seja de grande importância ter uma exposição maior do seu trabalho. Assim como é interessante ter uma conta no Instagram, é legal também ter uma página no facebook e etc.

Hoje o meio digital tem muita força na divulgação de um trabalho.

Na sua opinião, ao que se deve a sua grande popularidade no Instagram? A qualidade das fotos, a temática?

Juro que não sei responder isso. Consegui uma certa popularidade pois fui escolhido um dos 5 perfis brasileiros indicados pelo próprio Instagram (em 2012), a partir dessa publicação no blog deles, as coisas mudaram bastante...

Acredito que se o conteúdo não fosse de alguma qualidade isso nunca teria acontecido (e nem se mantido), então acredito que algum potencial deva ter... mas talvez você consiga me dizer melhor o que acha ;)

A profissão do fotógrafo está mudando, você acredita que as redes sociais são o novo caminho, ao invés de outras meios mais tradicionais?

Não só a do fotógrafo. As redes sociais e a internet em si estão mudando várias profissões (e criando outras também). Acredito que nada mais é do que uma evolução do que já tínhamos. Resta a nós nos atualizarmos e não deixar que a onda quebre em cima da gente. Se adaptar é a melhor maneira, e se possível, prever o que vai vir pela frente.

Qual a sua percepção em relação a fotografia de celular? Qual o valor dessas fotos em relação a fotos com câmeras profissionais?

A fotografia é a mesma. Muitas pessoas hoje em dia não conseguem nem dizer realmente se essa foto ou aquela foi feita com celular ou não. As pessoas tem mesmo é uma mania chata de rotular as coisas sendo que o que interessa não é o rótulo mas sim o resultado.

Acredita existir um mercado para esse tipo de trabalho?

Sim.

No seu perfil do Instagram, você deixa claro que todas as suas fotos são tirados com celular. Por que você acha importante dar informação?

Acho interessante como exercício próprio. O celular é um aparelho muito mais limitado tecnicamente do que uma câmera DSLR por exemplo. E você conseguir um resultado satisfatório usando 100% o celular, é um belo jeito de exercitar seu olhar.

O aviso nada mais é do que uma amostra de que é possível sim produzir um conteúdo

razoável com apenas um celular. Basta ter um olhar diferenciado, um senso de estética e saber dosar tudo isso em um frame. Mas no final das contas nem todo mundo acredita, sempre recebo mensagens duvidando do processo... e aí voltamos ao "preconceito" citado em uma pergunta anterior ;). Esse é um ciclo vicioso.

Um dia quem sabe tiro o aviso e começo a colocar também fotos produzidas com minha DSLR, mas por enquanto a brincadeira ainda tem graça.

APÊNDICE 2

DANNY ZAPPA

Fotógrafo *mobile* e *Social Media Content Creator*, 271 mil seguidores, vive em São Paulo.

Como começou a sua carreira de fotógrafo? Foi impulsionada pelo Instagram?

Estudei Desenho Industrial e com trabalhei como designer a quase 10 anos, passando por agências de propagando, escritórios de comunicação e consultorias de branding.

A fotografia sempre esteve presente na minha vida pessoal diretamente como admiração pelo ofício e como um hobby. Cada vez mais a fotografia foi tomando um papel principal passando de hobby para profissão. A minha decisão de mudar de carreira veio sim por conta do Instagram, mas não exclusivamente.

Na sua página da internet, você se apresenta como um *mobile photographer*, isso significa que você tira fotos apenas com celular, não usa câmeras profissionais?

Está perfeitamente correta. Para o meu trabalho como *Social Media Content Creator* uso apenas o telefone que carrego comigo no bolso. Todas as fotografias que eu tiro são clicadas e depois editadas com o uso de um iPhone. Não tenho a necessidade real de utilizar uma “câmera profissional” / DSLR com equipamento fotográfico para este trabalho especificamente.

As pessoas até pouco tempo não valorizavam a fotografia de celular. Para você qual é o valor delas em relação a fotos de câmeras profissionais?

Acredito que o “fotógrafo” está no olhar único sob o mundo que a pessoa tem e como ela consegue enquadrar ela isso e o “profissional” é o tipo de uso que se faz do seu equipamento, sendo ela uma câmera analógica, câmera DSLR, point & shoot ou até *mobile*. A ferramenta de trabalho não é mais um indicador exclusivo de profissionalismo. A alguns anos atrás, as câmeras de celular não possuíam a mesma capacidade técnica e resolução boa para fazer deles um uso mais “profissional”, mas hoje em dia já possuem. Todas as câmeras tem o seu valor e cada equipamento tem o seu uso, tudo depende da finalidade da imagem e necessidade real que a pessoa tiver.

Existe um mercado em expansão para profissionais exclusivos de fotografia de celular?

Eu não diria que existe um mercado em expansão para profissionais de fotografia *mobile*, mas fotografia de celular foi apenas uma escolha minha de desafio pessoal. Sabendo que poderia executar um trabalho bem feito usando apenas o celular de bolso, decidi focar no seu uso. A criação de conteúdo fotográfico exclusivo para redes sociais não necessariamente precisa de uma câmera DSLR para executar o trabalho.

Enquanto estiver aumentado o interesse pelas redes sociais e contarem com pessoas reais interagindo, haverá sempre uma marca querendo engajar com aquele grupo de potenciais consumidores focados no seu nicho.

Você também trabalha como *Social Media Content Creator*, qual é a melhor

definição para essa profissão? Como é a sua rotina de trabalho?

A melhor definição para Social Media Content Creator é que crio conteúdo fotográfico exclusivo para marcas e suas redes sociais, com linguagem visual própria para cada meio. Por exemplo, o material criado e divulgado através do Snapchat, funciona como material complementar e um “behind the scenes” ou “making of” para as imagens postadas e compartilhadas no Instagram. O mesmo acontece com Facebook e Twitter - cada rede social tem uma linguagem própria a ser seguida, que a audiência está acostumada a ver e se engajar.

Parte do trabalho envolve criação de campanhas com storytelling (começo, meio e fim) com intuito de divulgar uma marca impulsionando conteúdo bom e relevante ao cliente/marca com engajamento verdadeiro. Isso as vezes também se desdobra para viagens promovendo cidades e destinos turísticos ao redor do mundo.

Faço “takeover” de perfis cobrindo eventos específicos de marcas, inserindo uma perspectiva nova com olhar diferente ao feed do cliente e organizo também encontros fotográficos conhecidos como “InstaMeets” onde a marca tem a oportunidade de engajar pessoalmente com a sua audiência local comunicando-se diretamente com seus consumidores.

A profissão do fotógrafo está mudando, você acredita que a rede social e o novo caminho, ao invés de outros meios mais tradicionais para expor seu trabalho?

Acredito que as redes sociais são ótimos para expor o próprio trabalho mas não é o único caminho, cada meio tem o seu valor e sua proposta de divulgação. As redes sociais funcionam como uma vitrine do seu trabalho com mais potencial, um local onde você pode expor os seus melhores trabalhos e series pessoais, funcionando assim como uma base de referencias futuras para divulgar o seu estilo fotográfico.

Outros meios mais tradicionais como, um portfólio online, um networking para criar uma rede de interessados no seu trabalho e ter uma relação interpessoal muito bem trabalhada, são sempre boas dicas também para gerar possíveis novos clientes.

Para você, qual foi o impacto do Instagram na fotografia?

O Instagram, como rede social, é sobre a sua comunidade de usuários, é sobre as pessoas que o utilizam diariamente compartilhando os seus interesses, sobre as conexões feitas através da ferramenta com pessoas reais dividindo histórias reais. A fotografia neste caso entra em conjunto com a como auxilio para contar a história.

A fotografia mobile veio para democratizar a fotografia, tornando a acessível para qualquer pessoa com ou sem experiência profissional. O smartphone trouxe a facilidade de registrar uma cena singela, eternizando o momento e podendo dividir isso com o mundo e com as pessoas que compartilham os mesmos interesses.

O que mudou com o surgimento desta rede social, tanto na profissão de fotógrafo mas também na fotografia como forma de comunicação seja documental ou publicitária?

A rede social trouxe praticidade de poder compartilhar interesses, tanto profissionais como pessoais, através de uma plataforma com pessoas reais, gerando conteúdo original e único com um público de todas as idades e para todos os gostos e interesses.

No caso da fotografia publicitária, acredito que o Instagram trouxe a agilidade de poder engajar uma audiência focada no seu nicho, fazendo com que a marca comunique-se diretamente com o seu consumidor, através de engajamento de seus seguidores, criação de campanhas com influenciadores ou desenvolvimento de conteúdo com criadores de conteúdo.

APÊNDICE 3

EBERSON ARRUDA

Fotógrafo, 50 mil seguidores, vive no Mato Grosso do Sul

Qual a importância para um fotógrafo ter uma conta no Instagram? por que você resolveu fazer a sua?

Creio que hoje é uma das ferramentas mais usada pelos admiradores da fotografia e com isso é uma ótima porta para expor seu trabalho.

Pra falar a verdade o instagram me ajudou a viver da fotografia, quando comecei a usar o aplicativo era apenas um álbum de fotos do meu dia a dia com os amigos, com o tempo vi que poderia fazer algo além de postar fotos do com meus amigos, mas compartilhar o meu dia a dia na forma que vejo a minha cidade e por onde visito.

Na sua opinião, ao que se deve a sua grande popularidade no Instagram? A qualidade das fotos, a temática?

Não me considero popular, pois é algo muito relativo. Quando me propus a mudar meu foco sobre o conteúdo que iria compartilhar no instagram, uma das coisas que mais busquei foi apresentar algo diferenciado (hoje as pessoas buscam seguir as tendências e não criar) e ter uma identidade no que faço. Resumindo, ter material de qualidade, foco, identidade e dedicação.

A profissão do fotógrafo está mudando, você acredita que as redes sociais são o novo caminho para expor o trabalho, ao invés de outros meios mais tradicionais?

Penso que a rede social é apenas mais um recurso a ser explorado para expor seu trabalho, mas ela nunca vai substituir o meio tradicional como o site, por dar mais credibilidade e ao profissionalismo.

Como você vê o trabalho dos novos fotógrafos que estão surgindo através das suas contas de Instagram? O que você acha que isso representa para a fotografia?

Assim como aconteceu comigo com o instagram, fico feliz com as pessoas que se encontram também. Mas sempre penso que a dedicação em aprender mais e mais é algo muito importante, pois retratar a historia das pessoas é algo muito serio.

Qual a sua percepção em relação a fotografia de celular? Qual o valor dessas fotos em relação a fotos com câmeras profissionais?

Esse é um ponto que muita gente discute e discute e não leva a nada. A fotografia é uma forma de arte, é não importa qual a tecnologia a ser usada, mas sim a sensibilidade que retrata essa arte. Tenho como filosofia postar apenas fotos feitas com celular no meu instagram e de câmera no perfil do meu estúdio. Curto essa divisão, isso me faz me desafia a se superar a cada dia mais. A câmera te da a facilidade configurar de inúmeras formas para fazer um foto e no celular te limita um pouco e essa limitação te faz buscar outros meios para se alcançar o resultado desejado e isso pra mim é um desafio diário em aprender mais e mais.

Acredita ter um mercado para esse tipo de trabalho?

Acredito por ser uma forma de arte. O mercado se abre para algo novo, diferente e consolidado. No decorrer desses quase 4 anos sou usuário do Instagram, já consegui levar

minha fotografia mobile com publicações em revistas do meu estado (MS), em São Paulo, publicidade para um grande empresa de roupas, palestras e oficinas em duas faculdades nacionalmente conhecidas e duas exposições fotográficas com fotos totalmente mobile (tirada e editas). Hoje o mercado pensa muito diferente de alguns anos atrás, e isso faz com que a arte possa ser propagada.

No seu perfil do Instagram, você deixa claro que todas as suas fotos são tirados com celular. Por que você acha importante dar informação?

Uma das perguntas mais comuns que escuto e leio. A principal importância é as pessoas se questionarem se todas as fotos aí são realmente feitas com celular, outra é mostrar as pessoas que a tecnologia que elas usam diariamente não serve apenas para troca de mensagens, mas uma forma de retratar lugares e situações do dia a dia. Talvez você tenha feito o que falei, e talvez tenha procurado ver qual o modelo do meu celular, e visto que é apenas um celular bem antigo sem câmera. Nunca menciono a marca do celular que uso, pelo simples fato das pessoas julgarem que a tecnologia é mais importante do que CRIATIVIDADE, SENSIBILIDADE E A DEDICAÇÃO.

APÊNDICE 4

PEDRO JOSÉ MARTINELLI

Fotógrafo, 4 mil seguidores, vive em São Paulo

Qual a importância de um fotógrafo ter uma conta no Instagram? por que você resolveu fazer a sua?

O Instagram é uma boa alternativa digital para mostrar portfolio, idéias, encurtar conversa. Inicialmente pensei em publicar fotos do meu trabalho pessoal mas depois achei melhor me divertir fazendo still e usar o “quadrado” da melhor forma possível.

Como você vê o trabalho dos novos fotojornalistas que estão surgindo através das suas contas de Instagram? O que você acha que isso representa para a fotografia e, em especial, para o fotojornalismo?

Eu sigo umas trinta pessoas e os fotógrafos que sigo não são fotojornalistas.

Acredita que entrar nas redes sociais é um passo natural para os fotógrafos?

Passo pra que? o fotojornalismo morreu e a enxurrada de imagens que vejo diariamente são

absolutamente banais, é só lugar comum, visão de quem está deslumbrado com o artefato digital que tem na mão.

Como o Instagram alterou os moldes do fotojornalismo? Você acha que o surgimento dessa rede social alterou a profissão de fotojornalista de alguma forma?

Profissão? isto está em extinção. Raros são os fotógrafos empregados que vivem de salário, os veículos estão minguando, pagam mal os fotógrafos. Fotojornalista sério não pensa em rede social, pensa em contar história, pensa em foto impressa.

Que mudanças a fotografia digital e os softwares de edição trouxeram para o fotojornalismo?

Trouxeram mal gosto.

O que você acha que a popularização de fotos com o celular no meio profissional

significa para a fotografia? Qual o valor dessas fotos em relação a fotos com câmeras profissionais?

Tanto faz o que se tem na mão. O que interessa é o que se tem na cabeça.

APÊNDICE 5

TUCA REINÉS

Fotógrafo, 9 mil seguidores, vive em São Paulo

Qual a importância de um fotógrafo ter uma conta no Instagram? por que você resolveu fazer a sua?

O Instagram é um treino do olhar para todos então para o fotógrafo é mais um desafio para agradar como profissional. Gosto muito do Instagram para aprender a ver o que as pessoas mais gostam.

Como você vê o trabalho dos novos fotógrafos que estão surgindo através das suas contas de Instagram? O que você acha que isso representa para a fotografia?

É uma nova era da imagem, o mistério da caixa preta acabou e todos facilmente usam as ferramentas e postam com boa dose de coragem, mas trabalhar é diferente. O profissional tem que entregar o que te pedem, uma imagem em alta definição de 10 metros de base; fazer uma produção no Atacama o estúdio pagando tudo e o profissional recebe depois de aprovado, pagar impostos, contratar pessoal, etc....

São muitas as tensões ao mesmo tempo, muito diferente da total liberdade da postagem no Instagram. Sobrevive quem souber balancear bem a criança e a administração.

Acredita que entrar nas redes sociais é um passo natural para os fotógrafos?

Muitos fotógrafos da minha geração eram contra entrar no Instagram, mas percebi que hoje já estão mais acostumados e utilizam o Instagram para se divertir, mostrar o trabalho e estar junto com todos. Porque o Instagram dá muita liberdade aos usuários, pode fazer de tudo, fotografar de revista, dar repost, exagerar nos filtros, editar textos, etc... é uma ferramenta liberal sem compromissos onde em segundos as pessoas vêem as imagens e tudo é iluminado por trás enfim uma beleza !!

Que mudanças a fotografia digital e os softwares de edição trouxeram para o dia-a-dia de um fotógrafo?

Antes o fotógrafo tinha um químico ao seu lado hoje temos um tratador de imagens. Melhorou muito o dia a dia dos estúdios mas não é que ficou mais fácil.

Qual a sua percepção em relação a fotografia de celular? Qual o valor dessas fotos em relação a fotos com câmeras profissionais?

Sempre digo que o instrumento não faz o músico, então acho que é uma forma de criar imagens. o celular é uma câmera também e cada um tem o equipamento para aquilo que fotografa, se forem imagens pequenas pode usar o celular agora se for uma imagem grande pode não servir.

APÊNDICE 6

Renato Stockler

Fotógrafo e professor de fotojornalismo, 22 mil seguidores, vive em São Paulo

Qual a importância de um fotógrafo ter uma conta no Instagram? por que você resolveu fazer a sua?

Os primeiros meses de incursão na rede foram cruzados por passionalidade e intensidade: sentia um impulso a fotografar muitos recortes que antes eram pontos de observação e que talvez não se tornariam fotografias propriamente ditas. Ali, essas pequenas amostras de olhar poderiam ser compartilhadas com rapidez. Esse processo gerou uma certa ansiedade que foi sendo aplacada com um pouco mais de vivência com a ferramenta. Tornou-se uma prática diária. Gradativamente fui fotografando menos e tentando compreender melhor o que estava fazendo e para onde poderia encaminhar melhor minha produção ali: havia uma linguagem definida que colaborou muito com a construção de outros projetos. Assim, passei a repensar a imagem após ser captada e a deixar “marinando” em meus pensamentos cotidianos, independentes daquela imagem. Retorno à imagem com mais tempo e mais tranquilidade. Me entrego ao exercício de criar pequenas crônicas visuais do lugar onde estou. As pessoas que se encontram e não se olham, se cruzam e vivem juntas sem mesmo perceber, passam a existir dentro de um novo universo. Essas fotografias seguem, agora, acompanhadas de pequenos textos e reflexões sobre o momento em que fiz determinada imagem, como o pensar sobre o porquê daquela imagem carregar em si tantos significados para mim, estéticos ou semânticos. A partir de um recorte, passei a atribuir elementos verbais que alteraram em mim o que pretendia imprimir na fotografia: um novo conjunto de elementos, visuais e verbais. Esse encontro com situações indefinidas e que abrem um leque imenso de interpretações acabaram por estimular uma outra produção sobre minha maneira de fotografar.

A plataforma já gerou outros processos em minha carreira. As pessoas, em dado momento, passaram a reconhecer uma linguagem ali. Demorei a perceber isso, mas de fato houve um momento em que outros integrantes da rede social comentavam sobre a definição dessa “autoralidade”. Em dada medida, tornou-se uma forma de afirmar um pensamento fotográfico que busco, mais livre, independente de projetos comerciais ou encomendados. Não é uma maneira de escoar outros projetos ou trabalhos, mas de permitir uma produção constante e que possa ser dividida com outras pessoas. Vendi algumas imagens dali para usos editoriais e institucionais; outras imagens foram adquiridas por novos colecionadores de fotografia; fui chamado para publicar ensaios em algumas revistas e jornais; amigos me pediram algumas imagens impressas, enfim, é um espaço de compartilhamento, onde muitas pessoas observam o seu trabalho e podem ou não se interessar por ele, das mais diversas formas, buscando uma aproximação. Ao contrário de outras redes sociais, muitas das pessoas que estão ali são desconhecidas fora do plano virtual, outras tantas se tornam amigas, se encontram, trocam experiências, vivenciam “passeios” fotográficos, se aproximam por afinidades que talvez não existiria fora desse espaço. Esse é um caminho saudável para a fotografia, onde o intercâmbio se torna evidente e se materializa, como pretendiam os fotoclubes do século XX. Claro, existem desvirtuamentos como processo social, mas a maneira como é encarada a rede e seu uso depende das pessoas que ali estão e para onde elas pretendem seguir.

Como você vê o trabalho dos novos fotógrafos que estão surgindo através das suas contas de Instagram? O que você acha que isso representa para a fotografia e, em especial, para o fotojornalismo?

O encontro com novos trabalhos, novas formas de pensar, produzir e compartilhar fotografia e olhares é um dado de realidade em mídias sociais como o Instagram, Flickr e Behance. Cada plataforma tem um objetivo diferente e permite que o fotógrafo desenvolva

linguagens e raciocínios diferentes da exigência dos trabalhos tradicionais. Por outro lado, fotógrafos documentaristas começam a divulgar seus trabalhos de maneira mais intensiva, colocando sua produção à frente dos veículos tradicionais e dividindo com sua rede novas pesquisas e projetos. Isso gerou uma mudança no comportamento do fotógrafo: mesmo não objetivando a publicação em grandes veículos, seu trabalho será visto e compartilhado, tonando o fotógrafo e seus canais digitais fontes de produção e distribuição de conteúdo. Se antes haviam fotógrafos que deixavam imagens guardadas em seus arquivos, em suas gavetas ou discos rígidos, hoje eles tendem a compartilhar essa produção em sua rede, inclusive para dar vazão a novas imagens e continuidade em sua produção.

Sob a ótica de novos fotógrafos, acredito que novas pesquisas estéticas e abordagens visuais estejam surgindo diariamente, ampliando inclusive o olhar das pessoas que visualizam e consomem essas novas imagens. Isso é muito positivo para a fotografia: o avanço e popularização da fotografia permite, inclusive, gerar debates descentralizados sobre conteúdo, sobre a veracidade ou não de determinadas imagens, sobre como produzir determinada imagem, se há uso de softwares de pós-produção, qual a abordagem que determinado fotógrafo tem sobre tal tema etc.

Ao mesmo tempo há um consumo exagerado de imagens em nosso contemporâneo. E saber editar e separar o material que vemos por sua relevância social ou estética é um ponto a ser profundamente analisado. Acredito que o que um fotógrafo deva fazer muito bem é editar sua produção e refletir sobre a importância ou não de determinada imagem, para além dos ambientes hedonistas de

De certa maneira, o próprio fotojornalismo se transformou nesse contexto. O chamado *hard news*, antes sempre registrado por um fotógrafo ou cinegrafista de veículos tradicionais (impressos ou digitais), é documentado hoje por quem testemunha o fato e está presente diante de determinado fenômeno. Grande parte das pessoas nos grandes centros urbanos já têm o hábito de fotografar e realizar vídeos diante de algum fato incomum, compartilhando quase que simultaneamente o conteúdo captado e distribuindo para os veículos tradicionais. O cidadão passa a ser um fotoreporter e muitas vezes comercializa suas imagens e testemunhos a baixos custos para veículos de mídia, mesmo sem conhecer como funciona este mercado. O fotojornalista muitas vezes não consegue estar presente no momento em que dado fato ocorre e os veículos, sempre em busca do factual, acaba por comprar imagens de quem registrou dado momento. A fotografia continuará a ser feita, porém pelas mãos, olhares e corações de pessoas consideradas “amadoras”.

Há uma grande crítica feita a esse tipo de produção, relativizando o conhecimento de técnicas de apuração jornalístico e apuro estético que fotógrafos profissionais normalmente têm. O importante é analisar como determinado veículo trata tal conteúdo. A forma tradicional de publicação de conteúdo jornalístico está em transformação. Muitos meios independentes estão se consolidando e criando novas narrativas jornalísticas e documentais, abrindo um campo fértil para um jornalismo novo, sem preocupações editoriais atravancadas por interesses econômicos e político-partidários. Porém, reitero, há a urgência de tratar do tema sob a ótica da edição e distribuição do conteúdo. E o fotojornalismo não está isento desse contexto.

De certa maneira, o fotojornalista hoje está mais livre para aprofundar-se em novas narrativas, em reportagens maiores e relevantes, utilizando seus conhecimentos de

comunicação para pesquisar temas socialmente relevantes e criar um contraponto para as narrativas tradicionais. Esse é um campo fértil em que os bons fotojornalistas se lançam cada vez mais. Me atrevo a afirmar que o fotojornalista, hoje, tende a transformar aquilo que costumou-se nomear por fotojornalismo em algo mais próximo à fotografia documental e ao que esta sempre se propôs.

Acredita que entrar nas redes sociais é um passo natural para os fotógrafos?

Não acho que seja um passo natural para os fotógrafos. O fotógrafo não deve ser alguém descolado da sociedade. Se ele se interessa por novas formas de conexão e compartilhamento do seu trabalho, a resposta é afirmativa. É natural ao fotógrafo querer divulgar sua forma de enxergar as relações sociais, suas preocupações estéticas e seus valores. As maneiras de distribuição da produção fotográfica, antes restritas aos ambientes tradicionais ou de âmbito privado, hoje são ampliadas pela capacidade de cada indivíduo difundir e projetar seu trabalho, seja através de redes sociais. Mas a diversidade de redes sociais também deve ser levada em consideração. As mais populares, como Instagram e Facebook, não têm o mesmo alcance que outras mais específicas têm, como o Behance e Pinterest, quando tratamos de expor seu trabalho a nichos criativos, por exemplo. Ainda estamos vivendo essa curva no gráfico da comunicação social!

Qual a sua percepção em relação a fotografia de celular? Qual o valor dessas fotos em relação a fotos com câmeras profissionais?

Estamos tratando de fotografia. Há gadgets capazes de produzir imagens muito boas quando comparadas a outros meios de captação. Eu, por exemplo, produzo fotografias com telefone celular, com câmeras digitais DSLR, com câmeras analógicas 35mm, com câmeras analógicas de médio formato... enfim, tratamos de olhar e sensibilidade, não de equipamento. O que diferencia a fotografia móvel das outras é a presença constante do aparelho em nosso cotidiano.

Se toda uma geração de fotógrafos remodelou sua relação com a fotografia de rua a partir das primeiras câmeras portáteis no início dos anos 30, a fotografia mobile (ou fotografia de celular, mais comumente conhecida) hoje pode transformar ainda mais a relação entre o fotógrafo-objeto. Por sua constante presença no cotidiano dos espaços urbanos e também por sua discricção, esse tipo de câmera muitas vezes passa despercebida e permite o registro de uma cena menos engessada, mais solta e mais aproximada, onde praticamente a mediação da câmera se perde: você está dentro da cena e o celular é um objeto comum, uma ferramenta que não causa desconforto no “outro” quando comparado a câmeras maiores que somente geram uma imagem. As pessoas tendem a se incomodar menos com a presença de uma câmera de bolso do que com uma DSLR ou com uma câmera fotográfica convencional. Isso traz ainda mais a simplicidade e crueza de situações cotidianas para uma fotografia menos invasiva e aparentemente distante, estabelecendo uma empatia quase instantânea entre espectador e objeto: muitos locais são identificados por espectadores e consumidores de imagens como fazendo parte de espaços por onde se deslocam cotidianamente.

Acredito que fotografar, independente do suporte ou tecnologia, suscitam diferentes prazeres. Acredito que o tema ou objeto fotografado em si cause gere mais ou menos prazer por conta de sua potencialidade em transformarem-se em fotografias. Tenho prazeres diferentes com histórias diferentes, entre as relações poéticas, estéticas ou

informativas presentes no que me motiva fotografar. Mas o que há, sem dúvida, é a ressignificação de cenas cotidianas que motivaram uma produção mais libertária. Na rua, por exemplo, a fotografia deixou de ser um recorte simples e passou a ser um recriador de sentidos. Muitas vezes o detalhe insignificante para algumas pessoas suscitam reflexões em outras. Isso possibilita novas poéticas e sentimentos que não são únicos: como se pudesse tornar público algo que, de tão público, as pessoas já não notam mais e, ao mesmo tempo, esse detalhe é tão íntimo que acredita-se que não haveria outra pessoa que enxergaria aquilo. É como desvelar algo escondido no dia a dia e compartilhar com outras pessoas esse sentimento. A fotografia é uma maneira de materializar esse processo.

Na sua agência você trabalha com esse tipo de fotos? Acredita que existe um mercado em expansão para profissionais exclusivos de fotografia de celular?

Retomo a resposta anterior! A fotografia independe da maneira como foi captada, mas sim das intencionalidades a que ela se propõe quando produzida. Se o uso da determinado equipamento é mais ou menos constante, devemos analisar o contexto em que ele foi produzido, quais as condições de produção, abordagem do tema, aproximação com as pessoas tratadas e compreensão das relações a que se refere determinada produção fotográfica.

Se determinado fotógrafo prefere usar tal ferramenta, é uma escolha individual, não um fenômeno de mercado. Que existe um número maior de pessoas fotografando com aparelhos celulares, não resta dúvidas. Inclusive novos equipamentos têm tido melhorias técnicas consideráveis. Mas a maneira como cada fotógrafo capta suas imagens ainda varia muito. É possível realizar boas fotografias com qualquer equipamento. Depende do conhecimento e intimidade que o fotógrafo tenha com seu trabalho e suportes.

APÊNDICE 7

Chloé Catalano

Fotógrafa de Instagram e economista, 21 mil seguidores, vive em São Paulo

O que é ser um Instagramer profissional? Como é sua rotina de trabalho?

Ser um instagramer consiste em definir uma linguagem e expor referências e fotos coerentes com essa linguagem ou propósito no sentido de influenciar pessoas/seguidores. Como profissional, é possível fazer parcerias e publiposts de marcas e empresas que desejam que seus produtos e serviços tenham uma visibilidade maior através das redes sociais; logo, elas buscam um influenciador para ajudá-las.

Você criou o Boho side sozinha? Agora você trabalha exclusivamente como ele?

sim, criei o Boho Side sozinha como um hobby para concentrar referências de um estilo de vida que eu prezo, enquanto trabalhava no mercado de capitais. Deixei o mercado para trás e atualmente me dedico ao Boho que se tornou um projeto de trabalho o qual tenho planos de estruturar e aumentar. Apesar de ser minha prioridade, não trabalho exclusivamente com ele e tenho atividades paralelas.

A profissão do fotógrafo está mudando, você acredita que as redes sociais são o novo caminho, ao invés de outras meios mais tradicionais?

Acredito sim que as redes sociais são a nova maneira de expor qualquer tipo de trabalho porque facilitam a comunicação, são completamente democráticas e principalmente permitem liberdade de expressão e conteúdo. Com isso, as redes possibilitam uma

alta projeção de qualquer trabalho, inclusive de um fotógrafo. Porém, na minha opinião, as exposições em galerias/museus, publicação de livros, jornais e revistas são meios que precisam ser conservados a fim de contribuir para o enriquecimento cultural das pessoas. Dessa forma, não podem ser simplesmente substituídos pelas redes sociais. Até por uma questão econômica por gerarem empregos e também social por estabelecerem interações reais entre as pessoas.

O que mudou com o surgimento do Instagram, tanto na profissão de fotógrafo mas também na fotografia como forma de comunicação seja documental ou publicitária?

Creio que o surgimento do instagram proporcionou uma forma de comunicação visual instantânea entre as pessoas. O que observo muito é que ele é um braço necessário para outros projetos maiores, por exemplo: um site de notícias tem um a conta no instagram que posta teasers das notícias com um boa foto e um breve conteúdo, redirecionando voluntariamente o usuário do insta ao site oficial com conteúdo completo. É um estímulo. Mas é claro que existe o lado ruim de pessoas que irão se limitar às fotos e informações restritas expostas ali ao invés de se aprofundarem no que lhe foi oferecido.

Agora no âmbito da publicidade, acredito que instagram favoreceu extremamente a maneira de comunicação (curta e visual) e o alcance das campanhas. Considero isso ótimo para a fotografia, pois um fotógrafo profissional terá mais um canal disponível para mostrar seu trabalho.

Como você vê o trabalho dos novos fotógrafos que estão surgindo através das suas contas de Instagram? O que você acha que isso representa para a fotografia?

Eu, como economista de formação e com um certo senso estético apurado rsrs, vou dar minha humilde opinião: eu aprecio o trabalho de alguns fotógrafos que sigo e conheço, compreendendo que eles utilizam as técnicas tradicionais de fotografia (câmera, iluminação, filtros e etc) de forma que o instagram serve apenas com uma ferramenta para mostrar seu trabalho. Ou seja, uma vitrine que contém uma amostra do seu talento e seus contatos.

Acredito, portanto, que o instagram seja um canal livre e muito permissivo para a expressão do trabalho fotográfico e, também, para que esses novos fotógrafos tenham reconhecimento e sejam valorizados.

APÊNDICE 8

Paulo del Valle

Fotógrafo de Instagram e designer , 285 mil seguidores, vive no Rio de Janeiro.

O que é ser um Instagramer profissional?

Um instagramer profissional é aquela pessoa que trabalha profissionalmente em tempo integral com o seu perfil no Instagram, gerando uma renda mensal ao trabalhar com diversas marcas.

Qual você acredita ser o interesse de quem te contrata para visitar um lugar?

Eles têm o interesse de fazer com que os meus seguidores queiram visitar aquele determinado lugar, através de belas fotos e do "storytelling" de cada foto. Alguns clientes têm mais interesse nas fotos, para usá-las em suas campanhas de divulgação.

Ao que você acha que deve a sua grande popularidade no Instagram? A qualidade da fotos, a temática?

Acho que as pessoas gostam muito da qualidade das fotos e pelo fato de eu viajar muito. Acaba que todos viajam comigo ao mesmo tempo. Muitos comentam isso e eu acho demais, já que existem pessoas que nunca tiveram a chance de sair do país.

Pode falar um pouco sobre o que acontece nas InstaMeets?

Os instameets são eventos que reúnem pessoas que dividem paixão por fotografia e pela comunidade do Instagram. Então é a chance das pessoas saírem do virtual e se conhecerem na vida real. Muitos fazem muitos amigos, conseguem novos seguidores, tiram muitas dúvidas, aprendem muito e ficam mais inspirados e criativos.

A profissão do fotógrafo está mudando, você acredita que as redes sociais são o novo caminho, ao invés de outros meios mais tradicionais?

Com certeza. As redes sociais já se tornaram a melhor forma de um fotógrafo divulgar seu trabalho e ganhar dinheiro com isso. Existem muitos fotógrafos que são extremamente talentosos e não fazem parte do Instagram. Se fizessem, poderiam conseguir mais admiradores, vender mais fotos e ter a chance de trabalhar com marcas. Eu não era um fotógrafo antes e me tornei um por causa do Instagram.

Para você, qual a importância do Instagram para a fotografia e, em especial, para o fotografia documental?

Acho que as redes sociais em geral facilitaram a forma com que passamos informação. Tudo se tornou mais rápido e visual. Uma pessoa pode postar sobre uma tragédia, por exemplo, no momento em que ela aconteceu e documentar tudo. Qualquer pessoa com celular pode ser um fotógrafo e tem o poder de postar uma mensagem para todo o mundo. A internet mudou tudo.

O que você acha de tirar fotos apenas com celular? O que isso representa para fotografia e qual o valor dessas fotos em relação a fotos com câmeras profissionais?

Eu acho muito interessante que os celulares estão cada vez melhores com suas câmeras, possibilitando que as pessoas se interessem mais por fotografia e tirem fotos melhores. Acredito muito que o Instagram tem grande importância nesse sentido, pois inspira as pessoas a fotografarem melhor e as ajuda a encontrarem lugares incríveis que elas jamais tinham ouvido falar antes.

Claro que os celulares não chegam aos pés de uma câmera profissional. Quem trabalha profissionalmente com fotografia comercial, sabe o grande valor da sua câmera para o seu trabalho. A fotografia mobile tem avançado, mas precisa melhorar muito. Por enquanto, vejo somente como uma coisa para redes sociais. Muitas marcas contratam mobile photographers para campanhas na internet, por exemplo. Os celulares são capazes de criar belas fotos, mas ainda não são máquinas de altíssima qualidade.